

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Омский государственный технический университет»

Российская Академия художеств,  
Региональное отделение Урала, Сибири и Дальнего Востока

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Омская государственная областная научная библиотека имени А. С. Пушкина

Проект «Сохраненная культура», г. Санкт-Петербург

Общественная организация Союз дизайнеров России, Омское региональное отделение

# РЕГИОНЫ. ГОРОДА. РАКУРСЫ И ПАРАЛЛЕЛИ

**Сборник научных статей**

**VIII Всероссийской научно-практической конференции,  
посвященной 110-летию со дня рождения В. И. Кочедамова,  
с конкурсом докладов молодых ученых, магистрантов и студентов**

**(Омск, 29–30 ноября 2022 года)**

Научное текстовое электронное издание  
локального распространения

Омск  
Издательство ОмГТУ  
2023

УДК 72/76  
ББК 85.1  
Р32

Редакционная коллегия:

*А. Н. Гуменюк*, канд. искусствоведения, профессор;

*А. В. Кучерова*, канд. педагогических наук, доцент;

*И. Г. Пендикова*, канд. философских наук, доцент;

*Л. В. Чуйко*, канд. искусствоведения, доцент (науч. ред.)

**Регионы. Города. Ракурсы и параллели** : сб. науч. ст. VIII Всерос. науч.-практ. конф., посв. 110-летию со дня рожд. В. И. Кочедамова, с конкурсом докл. молодых ученых, магистрантов и студентов (Омск, 29–30 нояб. 2022 г.) / Минобрнауки России, Ом. гос. техн. ун-т [и др.] ; редкол.: Л. В. Чуйко (науч. ред.) [и др.]. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2023. – 1 CD-ROM (11,0 Мб). – Систем. требования: процессор с частотой 1,3 ГГц и выше ; 256 Мб RAM и более ; свободное место на жестком диске 300 Мб и более ; Windows XP и выше ; разрешение экрана 1024×768 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; Adobe Acrobat Reader 5.0и выше. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5- 8149-3629-5.

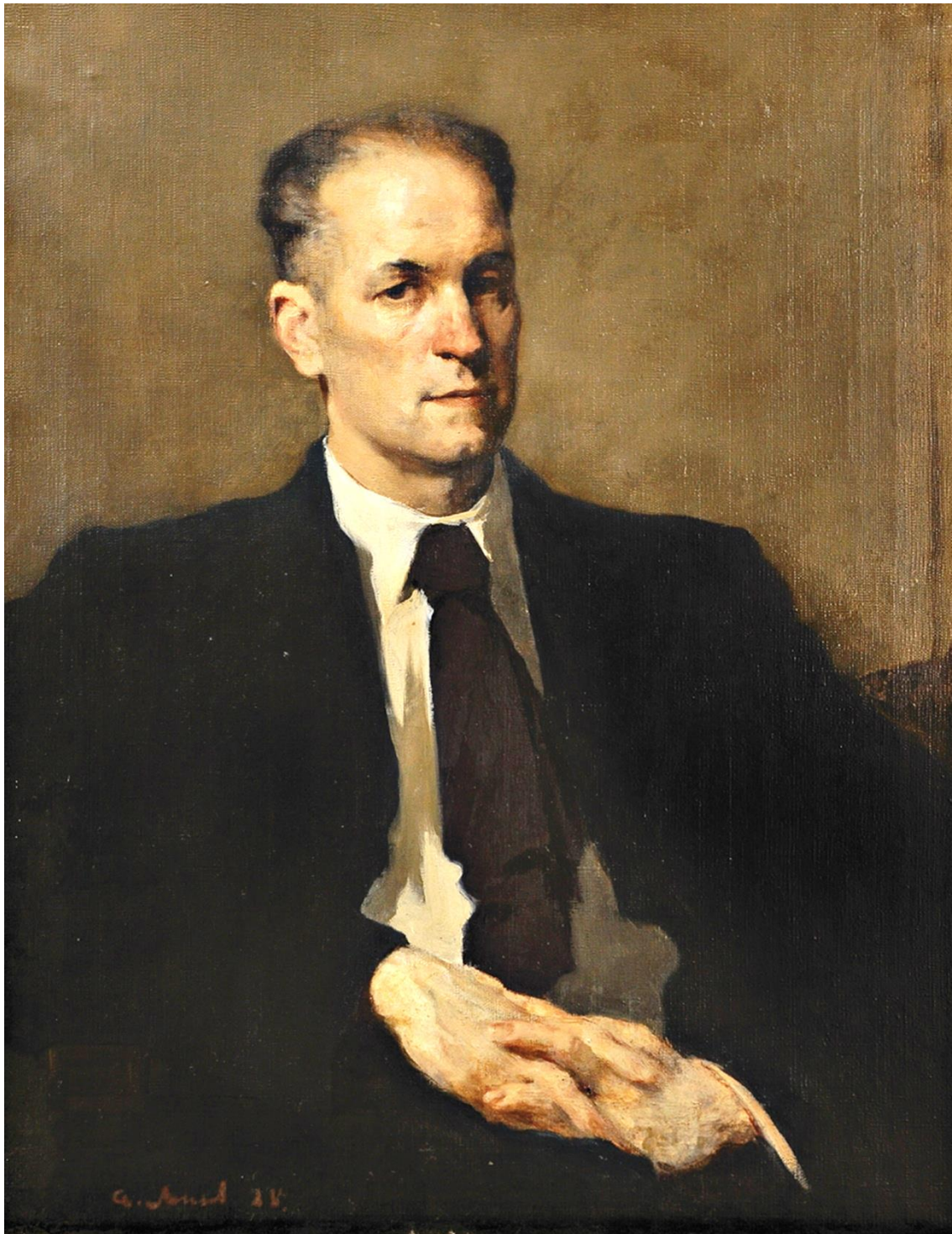
Представлены научные статьи научно-практической конференции, посвященной 110-летию со дня рождения Виктора Ильича Кочедамова, советского архитектора, педагога, специалиста по истории градостроительства и архитектуры Санкт-Петербурга, Средней Азии, Сибири, Дальнего Востока и Русской Америки. Конференция организована кафедрой «Дизайн» Института дизайна, экономики и сервиса Омского государственного технического университета.

Сборник адресован ученым, преподавателям, аспирантам, магистрантам, студентам.

*Ответственность за содержание материалов несут авторы  
Издается в авторской редакции*

Компьютерная верстка *О. Г. Белименко*

Дизайнер этикетки *С. Г. Никулин*



А. А. Мыльников. Портрет В. И. Кочедамова. 1949. Ленинград

## СОДЕРЖАНИЕ

### Пленарные доклады

Гуменюк А. Н. В. И. КОЧЕДАМОВ – ХУДПРОМОВЕЦ, АРХИТЕКТОР, УЧЕНЫЙ.....	7
Наумов В. Б. ПРОЕКТ «СОХРАНЕННАЯ КУЛЬТУРА»: 10 ЛЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ ТВОРЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ В. И. КОЧЕДАМОВА .....	11
Пендикова И. Г. В. И. КОЧЕДАМОВ И АРХИТЕКТУРНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ ОМСКОГО ХУДПРОМА ИМЕНИ М. А. ВРУБЕЛЯ .....	20
Кузеванов В. С. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АРХИВА В. И. КОЧЕДАМОВА: ОЦЕНКИ, ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ .....	24
Чуйко Л. В. ПОДСКАЗАНО В. И. КОЧЕДАМОВЫМ: ОФОРМЛЕНИЕ ВОРОТ, КАЛИТОК И ЗАБОРОВ В ЗАПАДНОСИБИРСКИХ ГОРОДАХ КОНЦА XIX-ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА .....	31
<b>Архитектура городов Урала, Сибири и Дальнего Востока: история и современность</b>	
Буслаева Г. Б. МАТЕРИАЛЫ К КНИГЕ «ОМСК. КАК РОС И СТРОИЛСЯ ГОРОД» ИЗ КОЛЛЕКЦИИ ЛИЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В.И. КОЧЕДАМОВА В ФОНДАХ ОГИК МУЗЕЯ .....	38
Ветчинкина М. Е, Ткаченко О. Н. ПОНЯТИЕ И УРОВНИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОПЛОЩЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ ГОРОДА.....	42
Смирнов Д. А. ФОРМИРОВАНИЕ АРХИТЕКТУРНОГО ОБЛИКА ЗДАНИЯ РЕЧНОГО ВОКЗАЛА Г. ОМСКА В ИСТОРИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ 1950-1960-Х ГГ.....	48
Шевченко С. Г. КАК МЫ СТРОИЛИ ГОРОД.....	54
Шмалюк Ю. В. ЗНАЧЕНИЕ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ САЛОНОВ .....	60
Щеглов С. А., Голунов А. В. АНАЛИЗ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ДОСТУПНЫХ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ АРХИТЕКТУРНЫХ МАКЕТОВ .....	64

## Коммуникативный дизайн в пространстве современного города

Аксентьев И. Н. ВИЗУАЛЬНЫЕ ТРОПЫ КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО МОУШН-ДИЗАЙНА.....	70
Авгуль М. Е. ПРИНЦИПЫ UI/UX-ДИЗАЙНА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ UI/UX-DESIGN PRINCIPLES FOR MOBILE APPS .....	74
Анашкина Н. А., Скрипниченко И.К. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА .....	79
Банашук Е. А. ЗНАЧЕНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В РАБОТЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ УНИВЕРСИТЕТА.....	84
Великоните В. В. РАЗРАБОТКА ОБУЧАЮЩЕГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОСОБЕННОСТЬЮ РАЗВИТИЯ.....	88
Весёлкина М. В., Пономарева В. И. ВЛИЯНИЕ СТРИТ-АРТА НА ГОРОДСКУЮ СРЕДУ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ .....	93
Высочина С. А. РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАЗДНИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА .....	98
Кучерова А. В. ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ТИПОГРАФИКИ В РУССКОЙ КНИГЕ .....	103
Лернер М. П. ВЛИЯНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ДИЗАЙНА НАВИГАЦИИ ВЕБ-САЙТА НА ОПЫТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ.....	109
Машанов А. Н., Анкушина Д. Д. СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ОБУЧЕНИЯ КАЛЛИГРАФИИ СТУДЕНТОВ, ПИШУЩИХ ЛЕВОЙ РУКОЙ.....	114
Машанов А. Н., Белова П. С. КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ АВТОРСКОЙ КНИГИ.....	117
Машанов А. Н., Дьяченко Е. В. ХУДОЖНИКИ – ОМСКОМУ ПРИИРТЫШЬЮ. ОТ ПОКОЛЕНИЯ К ПОКОЛЕНИЮ .....	122
Опрятнова Я. А. НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА ПРАКТИКЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ ЗАМЕЩЕНИЯ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРОВ .....	125

Осипов А. В., Певчев И. С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ГЕЙМ-ДИЗАЙНА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЁННОСТИ ОБ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРНОМ НАСЛЕДИИ ГОРОДА .....	130
Радионцева Е. С. СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛА С SOCIAL MEDIA .....	134
Радионцева Е. С., Михайленко Д. В. СЕРВИСЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РАЗРАБОТКИ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В РЕКЛАМЕ .....	138
Радионцева Е. С. EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ КАК ФАКТОР ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА .....	144
Сенина С. Н. ЛИНОГРАВЮРА В КНИЖНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ .....	149
Соколова О. Я. НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА ЛОГОТИПА .....	153
Соколова О. Я. СОЗДАНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОСЕТИ .....	157
Феокритова А. Ю. ВЛИЯНИЕ МОНУМЕНТАЛЬНОГО ИСКУССТВА НА СТРИТ-АРТ .....	162
Шелеметьева М.Г. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПЛАСТИКОВОЙ ПРОДУКЦИЕЙ ТЕРРИТОРИИ ОЗЕРА БАЙКАЛ СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА .....	168
Шелеметьева М. Г. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА И ТРЭШ-АРТА К ПРОБЛЕМЕ ИЗБЫТКА МУСОРА .....	172
Шматко М. В., Мухина Д. Д., Соседко А. А. СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА И ПРОИЗВОДСТВО ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНДУСТРИЙ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ .....	177
Шматко М. В., Соседко А. А., Мухина Д. Д. ДИЗАЙН КАК КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ: АНАЛИЗ ТРЕНДОВ 2022 ГОДА.....	182

**В. И. КОЧЕДАМОВ – ХУДПРОМОВЕЦ, АРХИТЕКТОР, УЧЕНЫЙ**

**V. I. KOCHE DAMOV – ARTIST, ARCHITECT, SCIENTIST**

**А. Н. Гуменюк**

*Омский государственный технический университет  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. N. Gumenyuk**

*Omsk State Technical University  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья содержит сведения о жизни, творчестве и педагогической деятельности архитектора, ученого Виктора Ильича Кочедамова (1912-1971), уроженца г. Омска, выпускника омского Худпрома, тесно связанного профессиональной судьбой с довоенным Сталинградом. Дается краткая стилистическая характеристика его проектов. Отмечается многолетняя работа деканом архитектурного факультета Института имени И. Е. Репина Академии художеств СССР в г. Ленинграде. Подчеркиваются его обширные научные исследования в области градостроительства и архитектуры.

**Ключевые слова** – Кочедамов В. И., омский Худпром, конструктивизм, Ар Деко, советский классицизм, Академия художеств

Для специалистов, занимающихся вопросами изучения истории архитектуры Омска и Сибири, имя Виктора Ильича Кочедамова (1912-1971) хорошо известно. Знакомо оно и проектирующим архитекторам, искусствоведам, культурологам, краеведам. И, тем не менее, это достаточно узкий круг профессионалов и знатоков. Поэтому конференция «Регионы. Города. Ракурсы и параллели», посвященная 110-летию со дня рождения В. И. Кочедамов, в большей степени, обращена к молодым исследователям: студентам, магистрантам, аспирантам.

Напомним вехи биографии и творческого пути В. И. Кочедамова – архитектора, педагога, ученого. Родился в Омске, в 1912 году в семье служащего, удачливого в коммерческих делах человека. Образование получил при советской власти, окончив семилетнюю школу имени В. И. Ленина. «Стремлением к строительству» объяснил свое желание поступить в 1927 году на архитектурное отделение Художественно-промышленного техникума имени М. А. Врубеля, где обучался у талантливых педагогов, прибывших в Омск из центральной России в период Гражданской войны.

К моменту поступления Виктора Кочедамова в техникум Худпром уже являлся крепкой школой, выпускавшей архитекторов, нацеленных на проектирование объектов в формах нового стилевого направления – конструктивизма. Новации времени были объяснимы: архитектурным отделением руководил инженер Сергей Игнатович, выпускник Петербургского института гражданских инженеров, где развивалось рациональное направление отечественной архитектуры. В Омске сохранились здания, возведенные по его проектам

и проектам, созданным им в соавторстве с омскими конструктивистами. Таким образом, конструктивизм стал профессиональной основой для молодого архитектора, окончившего техникум в 1931 году и получившим распределение в Саратов.

После работы в Промстройпроекте Виктор Кочедамов через год переезжает в Сталинград и до 1935 года трудится в проектно-институте Крайпрогор (рис. 1). Для индустриальной столицы Нижне-Волжского края В. И. Кочедамов проектирует 24 объекта (в том числе в соавторстве) – жилые дома и школы в рабочих поселках, корпуса «Дома специалистов» на Волжской набережной, гостиницы «Интурист» и «Большая Сталинградская», речной вокзал на Волге и другие [2]. Многие из построек отражают стилистику конструктивизма с его лаконичностью форм и функциональностью планировочных решений. В этих объектах В. И. Кочедамов заявляет свое творческое кредо как истинный худпромовец – приверженец конструктивизма. К сожалению, большинство довоенных зданий было разрушено в битве за Сталинград в годы Великой Отечественной войны и впоследствии не восстановлено.



*Рис. 1. Виктор Кочедамов. Крайпрогор. Сталинград. 1933*

Но наряду с линией конструктивизма в проектах молодого архитектора видны черты и других стилевых направлений: советского Ар Деко и советского классицизма 1930-х годов, которые характерны и для омской архитектуры. Этот тезис отсылает нас вновь к омскому Худпрому, где бароном Евгением Александровичем Клодтом (кроме того, что он вел курс живописи) читалась история искусств, а учащиеся архитектурного отделения выполняли проекты в разных исторических стилях.

В сталинградский период В. И. Кочедамова стилистика Ар Деко прослеживается в проекте здания ресторана (вариант 1934 года) с плавной выносной «палубой», напоминающей палубу океанского лайнера – характерный прием для Ар Деко. В ордерной пластике учебного комбината НКВД читаются приемы сдержанного советского классицизма 1930-х годов, в котором еще нет послевоенной пышности. Это говорит о широких творческих возможностях



стях архитектора, умеющего чутко слышать время и применять знания, полученные в Худпроме.

С середины 1930-х годов начинается «академический период» В. И. Кочедамова. Обучение в Академии художеств, преобразованной в Ленинградский институт живописи, скульптуры и архитектуры Всероссийской Академии художеств, и защита дипломного проекта в декабре 1941 года на тему «Высотное здание библиотеки наук в Москве» [1, с. 177].



Рис. 2. Диплом Виктора Кочедамова об окончании Института живописи, скульптуры и архитектуры Всероссийской Академии художеств. 1941

Далее зачисление в Армию народного ополчения и последующая эвакуация в 1942 году вместе с институтом в Среднюю Азию, где он в качестве аспиранта работает над исследованием архитектуры водоемов Самарканда и Бухары. В 1944 году Виктор Кочедамов вместе с коллективом возвращается в Ленинград, где занимается исследовательской, преподавательской и проектной деятельностью; создает проекты жилых и общественных зданий. География его объектов – Ленинград, Белорусская ССР и Латвийская ССР. В 1947 году он успешно защищает кандидатскую диссертацию; затем становится руководителем проектной мастерской в Институте имени И.Е. Репина Академии художеств СССР, профессором и деканом архитектурного факультета, который возглавлял более 20 лет [2].

Поражает широкая география научных изысканий В. И. Кочедамова: Санкт-Петербург, Средняя Азия, города Сибири, Дальний Восток, Русская Америка. Результаты исследований по вопросам градостроительства и архитектуры были опубликованы ученым в монографиях и научных статьях. Наиболее ценными для сибирских исследователей остаются издания по сибирской тематике, для омичей – книга «Омск. Как рос и строился город» [3]. В настоящее время рукописи, архивные изыскания, архитектурные наброски, зарисовки из архива семьи

В. И. Кочедамова хранятся в его личном фонде в Омском государственном историко-краеведческом музее. Оцифрованные в рамках проекта «Сохраненная культура» (СПб., рук. В. Б. Наумов), эти материалы поступили в Омскую государственную областную научную библиотеку имени А. С. Пушкина. В 2021 году вышло издание в 4-х томах «В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых» (рис. 3), обобщающее творческое наследие ученого, в том числе монографии с сопроводительным материалом современных исследователей, воспоминания его коллег и учеников [4].



Рис. 3. В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 т. – СПб: Сохраненная культура, 2021

Об удивительной способности В. И. Кочедамова соединять людей, объединять и направлять их усилия в единое русло отмечали худпромовцы и его коллеги по Академии художеств. Всероссийская конференция, посвященная 110-летию со дня рождения ученого и проводимая под эгидой Регионального отделения «Урал, Сибирь и Дальний Восток» Российской академии художеств, объединила в Омске специалистов, молодых ученых и студенческую молодежь, и позволила вновь прикоснуться к творческому наследию В. И. Кочедамова уже в контексте современного города XXI века.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Олейников, П. П. Мастера архитектуры Сталинграда. Архитектор Виктор Кочедамов : монография / П. П. Олейников. – Санкт-Петербург : Сохраненная культура, 2022. – 204 с., ил. – ISBN 978-5-6047412-1-4.
2. Виктор Кочедамов: творчество и современность : сайт. – URL: <https://kochedamov.ru/> (дата обращения: 22.12.2022).
3. Кочедамов, В. И. Омск. Как рос и строился город / В. И. Кочедамов; [переплет и тит. лист худож. Н. И. Сазонова]. – Омск : Омское книжное издательство, 1960. – 111, [1] с. : ил., карт. – Библиогр.: с. 111–[112].
4. Кочедамов, В. И. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых : в 4 т. – Санкт-Петербург : Сохраненная культура, 2021. – Т. 3. – 436 с., ил. – ISBN 978-5-6044652-2-6.

**ПРОЕКТ «СОХРАНЕННАЯ КУЛЬТУРА»: 10 ЛЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ  
ТВОРЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ В. И. КОЧЕДАМОВА**

**THE PRESERVED CULTURE PROJECT: 10 YEARS OF RESEARCH ON THE  
CREATIVE HERITAGE OF V. I. KOCHEDAMOV**

**В. Б. Наумов**

*Доктор юридических наук; главный научный сотрудник лаборатории прикладной информатики и проблем информатизации общества Санкт-Петербургского Федерального исследовательского центра РАН, г. Санкт-Петербург, Россия; главный научный сотрудник сектора информационного права и международной информационной безопасности Института государства и права РАН, г. Москва, Россия; профессор кафедры информационного права и цифровых технологий Московского государственного юридического университета им. О. Е. Кутафина, г. Москва, Россия*

**V. B. Naumov**

*Doctor of Law, Chief Researcher; Laboratory of Applied Informatics and Problems of Informatization of Society, St. Petersburg Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russian Federation; Chief Researcher, Sector of Information Law and International Information Security, Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation; Professor, Department of Information Law and Digital Technologies of Kutafin Moscow State Law University, Moscow, Russian Federation*

**Аннотация** – проект «Сохраненная культура», объединяющий исследователей из 14 российских регионов и ближнего зарубежья, включая Омск и Санкт-Петербург, уже более 12 лет занимается изучением и продвижением в сети Интернет достижений отечественной культуры и науки XX века. Статья обобщает и анализирует уникальный опыт проекта по использованию новых цифровых технологий в процессе исследования и актуализации творческого наследия В. И. Кочедамова, уроженца города Омска, выдающегося советского архитектора, авторитетного ученого, исследователя градостроительной истории Санкт-Петербурга, Сибири и Средней Азии, талантливого педагога, профессора, более 20 лет возглавлявший архитектурный факультет Института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина АХ СССР в Ленинграде. Также статья фиксирует и оценивает роль сибирских, в частности, омских исследователей в этом процессе.

**Ключевые слова** – Виктор Кочедамов, Сибирь, Омск, Санкт-Петербург, Сталинград, Волгоград, градостроительство, история градостроительства, оцифровка, проект «Сохраненная культура»

## I. ВВЕДЕНИЕ

Уроженец дореволюционного Омска Виктор Ильич Кочедамов (1912–1971) большую часть жизни был связан с советским Ленинградом, где сначала учился, а позже преподавал на архитектурном факультете Академии художеств (в тот период – Ленинградского института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина). Однако как профессионал – архитектор-проектировщик – Кочедамов состоялся еще раньше, во время работы в Сталинграде.

В 1931 году Кочедамов окончил архитектурное отделение Омского художественно-промышленного техникума им. М. А. Врубеля и уехал по распределению в Саратов, где стал техником-архитектором Промстройпроекта. В 1932 году он был переведен оттуда в Сталинград, где до середины 1935 года трудился рядовым, а затем старшим архитектором нижеволжского «Крайпрогора» [1], [2]. Таким образом, менее чем за два с половиной года им было создано около тридцати оригинальных проектов, из которых не менее двадцати четырех были реализованы строительством: Это многочисленные решенные в стиле конструктивизма жилые дома и школы в рабочих поселках Сталинградского тракторного завода и завода «Красный Октябрь», здание речного вокзала на Волге, комплекс 4-5-6-этажных корпусов дома специалистов на Волжской набережной (в соавторстве с И. В. Ткаченко); деревянный, стилизованный под пагоду ресторан «Шанхай» при слиянии рек Волга и Царица, а также административно-жилое здание Легпрома (совместно с И. П. Иващенко), гостиница «Интурист» (при участии А. Е. Белогруда) и гостиница «Большая Сталинградская» (в соавторстве с Ф. Н. Дюженко) [3], [4], [5].

При этом ранний, довоенный период творчества В. И. Кочедамова долгое время оставался неизученным: большая часть спроектированных им зданий была уничтожена в огне Сталинградской битвы. Проект «Сохраненная культура» восполнил этот пробел только в 2022 году с выходом в свет монографии волгоградского исследователя П. П. Олейникова «Мастера архитектуры Сталинграда. Архитектор Виктор Кочедамов» [5], в которой представлены самые полные на сегодняшний день сведения о сталинградских проектах Кочедамова, а также редкие фотографии, чертежи, эскизы из личного архива архитектора.

В историю советской и российской архитектуры В. И. Кочедамов вошел как талантливый педагог, более двадцати лет, с 1949 по 1971 год, возглавлявший архитектурный факультет ИнЖСА им. И. Е. Репина АХ СССР, но прежде всего – как авторитетный ученый, исследователь градостроительной истории Средней Азии, в Ленинграда (Санкт-Петербурга), Сибири и Русской Америки [1], [2], что предопределило неизменно высокий интерес к научным трудам Кочедамова именно со стороны сибирских и, в частности, омских исследователей [6]. Достаточно упомянуть, что именно В. И. Кочедамов является автором монографии «Омск. Как рос и строился город» (1960), которая и сегодня остается «признанным, поистине фундаментальным источником по истории градостроительства и архитектуры дореволюционного и советского Омска» [7], (1). Все это обусловило значительную, а в отдельных аспектах безусловно ключевую роль омских историков, краеведов, искусствоведов и архитекторов в процессе исследования и актуализации наследия Кочедамова в цифровом XXI веке.

## II. ПРОЕКТ «СОХРАНЁННАЯ КУЛЬТУРА»

Просветительский, благотворительный, научно-исследовательский проект «Сохраненная культура» начал свою деятельность в 2010 году. За прошедшие двенадцать лет было создано около двухсот объектов различной степени сложности и объема [6], [8], (2), информация о которых представлена в таблице 1.

**Деятельность проекта «Сохраненной культуры» по всем направлениям:  
виды и форматы объектов и инициатив по годам выпуска**

Год / Объект	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Итого
Оцифровка архивов	1					1	1			1				4
Печатные книги и альбомы	1		1	1	1	2	2	1	2	2		4	1	18
Электронные книги и альбомы	1		1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	16
Электронные репринты статей и монографий					10	5								15
CD и DVD-диски		1	2	3	1	1	2	3	3	1	1	1	1	20
Научные статьи, материалы для Википедии			6			2		3		3	8	6	5	33
Документальные фильмы и видеосюжеты							1	1	1	1	11	1		16
Интернет-сайты, мобильные приложения	1						2			1	2	1	4	11
3D-объекты			1	1	2	2	1						1	8
Выставки, конкурсы конференции, презентации*		1	4	2	4	5	4		3	4	7	7	15	56
<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>31</b>	<b>22</b>	<b>29</b>	<b>197</b>

\*Указаны выставки, конкурсы, научные конференции и презентации, организованные проектом «Сохраненная культура» либо проведенные при его активном участии, в том числе открытие мемориальной доски В. И. Кочедамову в г. Омске 4 августа 2016 года.

При этом «на долю Кочедамова» приходится 65 объектов, то есть 33% созданного в рамках «Сохраненной культуры»: данная информация представлена в таблице 2. Но это, скажем так, в «холодном» математическом выражении; если же провести качественную оценку, то станет очевидно, что среди объектов, связанных с именем и наследием архитектора, педагога и ученого, можно выделить значительную группу по-настоящему масштабных печатных и цифровых изданий, резонансных инициатив и ярких общественных событий.

В их числе – Всероссийская научно-практическая конференция «Теоретические и прикладные исследования в области архитектуры, искусства, дизайна и медиатехнологий», посвященная 100-летию со дня рождения В. И. Кочедамова, которая состоялась в Омске в декабре 2012 года. Одним из инициаторов, организаторов и участников научных чтений стала к. иск., профессор, заведующая кафедрой дизайна художественно-технологического факультета Института дизайна, экономики и сервиса ОмГТУ А. Н. Гуменюк. С докладами о творческом и научном наследии В. И. Кочедамова выступили д.и.н., директор ОГИК музея П. П. Вибе; академик РААСН, заслуженный архитектор России, главный архитектор города Омска с 1975 по 2005 год А. М. Каримов (1941-2015); к.и.н., профессор Б. А. Конилов; д.и.н., профессор ОмГУ В. Г. Рыженко [9].

Тогда же к «кочедамовскому» сообществу присоединились авторитетные омские краеведы: заместитель директора и руководитель Центра краеведческой информации ОГОНБ им. А. С. Пушкина А. П. Сорокин и председатель региональной общественной организации «Достояние Сибири» А. М. Лосунов [6].

Все это благоприятствовало появлению в Омске мемориальной доски в честь В. И. Кочедамова: согласно постановлению Омского городского совета № 1629 от 20 июля 2016 года ее разместили на фасаде дома № 16 по ул. Орджоникидзе, где ученый останавливался в ходе исследовательских поездок по Сибири [2], [6].

Таблица 2

**Деятельность проекта «Сохраненной культуры»  
по исследованию и актуализации творческого наследия В. И. Кочедамова:  
виды и форматы объектов и инициатив по годам выпуска**

Год / Объект	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Итого
Оцифровка архивов						1								1
Печатные книги и альбомы												4	1	5
Электронные книги и альбомы											2	2	1	5
Электронные репринты статей и монографий					10	5								15
CD и DVD-диски			1	1		1		1						4

Год / Объект	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Итого
Научные статьи, материалы для Википедии			6			1					2	3	3	15
Интернет-сайты, мобильные приложения													1	1
3D-объекты													1	1
Выставки, конкурсы конференции, презентации*			1		1	1					3	5	7	18
Итого			8	1	11	9		1			7	14	14	65

\*Указаны выставки, конкурсы, научные конференции и презентации, организованные проектом «Сохраненная культура» либо проведенные при его активном участии, в том числе открытие мемориальной доски В. И. Кочедамову в г. Омске 4 августа 2016 года.

Не менее важным событием в рамках проекта стала оцифровка и последующее размещение в сети Интернет полной электронной версии личного архива В. И. Кочедамова. Этот процесс, запущенный проектом «Сохраненная культура» в 2012 году, длился почти три года и завершился в марте 2015-го: было обработано 99 бумажных папок и создано свыше 30 тыс. файлов. На сегодняшний день объем электронного архива Кочедамова, в качественном разрешении, превышает 86 гигабайт [10].

Параллельно с оцифровкой архива проект «Сохраненная культура» выпустил в 2014-2015 годах электронные репринтные издания всех его монографий и ключевых статей Кочедамова, в том числе материалов кандидатской диссертации «Городские водоемы Бухары и Самарканда» (1947, 1957) [11]. Тогда же вышли в свет первое и второе издание DVD-диска «Виктор Ильич Кочедамов. Труды по истории градостроительства». В 2015 году, когда процесс оцифровки архива ученого был завершен, вышел двойной DVD-диск «В. И. Кочедамов. Труды и архивы по истории градостроительства. Сибирь, Санкт-Петербург», который в 2017 году был переиздан в составе «Коллекции „Сохраненной культуры“» [12].

Наличие качественных цифровых копий позволило передать оригиналы архивных документов (рукописи, чертежи, рисунки, фотографии, негативы) в количестве 2443 предметов в Омский государственный историко-краеведческий музей. 1401 предмет был определен в основной фонд под шифром ОМК. 1042 предмета вошли в научно-вспомогательный фонд под шифром ВОМК. Материалы из кочедамовского архива экспонировались на выставках ОГИК музея: «Легенды омского краеведения» (2013), «Новинки музейных коллекций» (2014), «Летопись Сибири: первые сибирские города» (2014), «Омск на картах» (2016), выставке ко Дню дарений (2016), «Святые покровители Омска» (2016), «Искусство, принадлежащее народу» (2017) и др. [2].

В 2019 году проект «Сохраненная культура» приступил к подготовке четырехтомного издания «В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых». В него вошли 5 монографий и все известные статьи архитектора и ученого, в том числе ранее не опубликованные, но сохранившиеся в его личном архиве. В работе приняли участие 20 исследователей из 10 регионов Российской Федерации и Республики Узбекистан. В их числе д.арх., член-корреспондент РААСН Ю. И. Курбатов (1934–2020), д.арх., член-корреспондент РААСН Н. П. Крадин (Хабаровск), д.и.н., ведущий научный сотрудник Института археологии и этнографии СО РАН А. Ю. Майничева (Новосибирск), д.арх. главный научный сотрудник НИИТИАГ, проф. СФУ В. И. Царев (Красноярск), к.и.н., главный научный сотрудник Тобольского историко-архитектурного музея-заповедника И. В. Балюнов (Тобольск), к.т.н., проф. ВолГТУ П. П. Олейников (Волгоград), д.и.н, профессор СПбПУ А. В. Гринев (Санкт-Петербург), декан архитектурного факультета СПбАХ Н. О. Смелков (Санкт-Петербург), к.и.н., ведущий научный сотрудник Президентской библиотеки им. Б. Н. Ельцина Е. А. Багрин (Санкт-Петербург) и др.

Родной для Кочедамова город Омск в издании представляют уже упомянутые выше исследователи: к.иск., проф. А. Н. Гуменюк, А. П. Сорокин, а также к.и.н., доц.ОмГУим. Ф. М. Достоевского В. М. Кузеванов и старш. науч. сотр. ОГИК музея Г. Б. Буслаева [13], [1].

Работа над четырехтомником «В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых» длилась два года. В конце 2020 года проект «Сохраненная культура» опубликовал на своем сайте электронный вариант собрания сочинений, а весной 2021 года тиражом 1000 экз. вышла печатная версия. Издание, посвященное 50-летию со дня смерти Виктора Ильича Кочедамова и 10-летию проекта «Сохраненная культура», было представлено на научных конференциях в Санкт-Петербурге, Омске, Тюмени, Новосибирске, Благовещенске и др. Официальная презентация печатной версии четырехтомника состоялась в Омской государственной областной научной библиотеке им. А. С. Пушкина, а затем в Санкт-Петербургском государственном университете [6], [1].

По итогам 2021-2022 годов издание «В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых» стало одним из самых титулованных объектов в истории «Сохраненной культуры» (3): четырехтомник вошел в число победителей XVII Всероссийского конкурса краеведческих и региональных изданий «Малая Родина», организованного Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ (Москва); IV Всероссийского фестиваля «Архитектурное наследие 2021» (Калининград); общероссийского конкурса «Книга года: Сибирь – Евразия – 2021» (Новосибирск), удостоился Золотого знака Союза архитекторов России в смотре-конкурсе «Лучшее печатное издание об архитектуре и архитекторах» в рамках XXIX Международного архитектурного фестиваля «Зодчество 2021» (Москва), золотого диплома Национального независимого архитектурного рейтинга «Золотая капитель 2022» (Новосибирск) и Гран-при V Уральского межрегионального конкурса «Университетская книга 2022» (Екатеринбург).

Логическим продолжением четырехтомного издания явилась выпущенная в 2022 году монография волгоградского исследователя П. П. Олейникова «Мастера архитектуры Сталинграда. Архитектор Виктор Кочедамов» [5]. «Из 24 установленных в ходе исследования объектов, построенных по проектам Кочедамова в довоенном Сталинграде, сегодня существуют 13. При этом 9 из них выявлены в процессе написания книги» [4].

Данное исследование дало старт следующей крупной инициативе в рамках «Сохраненной культуры» – «Цифровой Сталинград» [14]. Цель этой деятельности – аутентично воссо-



здать с помощью современных технологий 3D-моделирования настоящий облик довоенного города на Волге. Официальным партнером «Сохраненной культуры» стала петербургская ГК «Геоскан» [15].

Таким образом, Волгоград в части «кочедамоведения» стал для проекта «Сохраненная культура» еще одним «местом силы» – наряду с Санкт-Петербургом и Омском. Не случайно научные чтения, приуроченные к 110-летию Кочедамова, состоялись в 2022 году именно в Волгограде (научно-практическая конференция «Градостроительная конверсия и развитие прибрежных территорий городов», посвященная 110-летию со дня рождения архитектора В. И. Кочедамова в рамках XI Международной архитектурной фестиваль «ЭкоБерег», 26 августа 2022 года) и в Омске (VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Регионы. Города. Ракурсы и параллели», посвященная 110-летию со дня рождения В. И. Кочедамова, 29-30 ноября 2022 года). При этом омская конференция примечательна еще и тем, что в ее рамках была учреждена и впервые вручена премия имени В. И. Кочедамова за лучшее научное исследование (статью) сразу в двух номинациях: «Коммуникативный дизайн в пространстве современного города» и «Архитектура городов Урала, Сибири и Дальнего Востока: история и современность».

Важно отметить, что отличительной чертой омского исследовательского сообщества является готовность множества отдельных авторитетных специалистов оперативно объединяться в «быстрые» неформальные союзы, направленные на решения той или иной научной задачи. Такое объединение показало себя как крайне эффективное в процессе работы над четырехтомником памяти Кочедамова. И ключевую роль здесь сыграли желание и умение омских исследователей выступать в роли добровольных популяризаторов («трендсеттеров») уже созданных или пока находящихся в работе объектов среди широкого круга коллег.

Именно этот положительный опыт помог «Сохраненной культуре» сделать осознанную ставку на налаживание неформальных связей с авторитетными исследователями из других российских регионов и постепенное формирование активного исследовательского сообщества в масштабах страны. На развитие такого сотрудничества направлена практика бесплатных адресных рассылок, которые «Сохраненная культура» применяет ко всем своим материальным объектам, реализуя при этом принятые с момента основания проекта принципы свободного доступа к материалам и соразмерности используемых ресурсов: тираж книг или дисков может быть допечатан по мере роста интереса к ним [6]. Аналогичным образом принцип свободного доступа реализуется для всех цифровых объектов: они размещаются на открытых ресурсах в сети Интернет. Все это в полной мере соответствует еще одному принципу деятельности проекта – комплексному представлению материалов в офлайн- и онлайн-средах (2).

Эти принципы лежат в основе запущенного «Сохраненной культурой» в 2022 году интернет-сайта «Виктор Кочедамов: творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого» [1]. Данный информационный ресурс содержит подробные биографические сведения о В. И. Кочедамове (раздел «Биография»), всесторонне представляет его творческое наследие: на сайте выложены электронные репринты научных трудов Виктора Ильича, пейзажная и проектная графика разных периодов, имеется доступ к полному объему оцифрованного архива архитектора и ученого и к электронным версиям всех печатных книг проекта о нем (раздел «Наследие»). Кроме того, сайт аккумулирует информацию о советских, российских и зарубежных специалистах, которые дополнили, развили и сейчас продолжают исследования Кочедамова по истории архитектуры и градостроитель-

ства (раздел «Исследователи»). Еще два раздела – «Медиа» и «Хронология» – посвящены деятельности друзей и участников проекта «Сохраненная культура», направленной на популяризацию творческого наследия архитектора и ученого в XXI веке. Они дают актуальную информацию о конкурсах, презентациях, конференциях, а также ссылки на 3D-объекты, фильмы, телесюжеты, записи онлайн-семинаров и научные статьи, так или иначе связанные с именем Кочедамова.

### III. ВЫВОДЫ

Как показывает опыт «Сохраненной культуры» в части исследования и актуализации творческого и научного наследия советского архитектора, ученого и педагога В. И. Кочедамова, положительные результаты дает практика свободного доступа к историческим и архивным материалам и комплексное представление их в офлайн- и онлайн-средах, а также планомерная, по возможности адресная работа, направленная на взаимодействие как с авторитетными, так и с молодыми заинтересованными исследователями из разных регионов Российской Федерации и ближнего зарубежья. Все это позволило не только сохранить, актуализировать и популяризировать наследие В. И. Кочедамова на территории России и СНГ, но и дало ключ к научным открытиям и появлению новой перспективной исследовательской инициативы, какой является «Цифровой Сталинград». Еще одним результатом данного процесса стало формирование дружественного проекту активного, эффективно работающего исследовательского сообщества в регионах, связанных с памятью В. И. Кочедамова. На данный момент это Омск, Санкт-Петербург и Волгоград.

### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Анализируя монографию В. И. Кочедамова «Тобольск. Как рос и строился город» (1963) главный научный сотрудник Тобольского историко-архитектурного музея-заповедника И. В. Балюнов пришел к аналогичным выводам, см. Балюнов И. В. Книга одного города / И. В. Балюнов. – Текст : непосредственный // В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 томах. Том 3. – СПб.: Сохраненная культура, 2021. – С. 372–387. – ISBN 978-5-6044652-2-6.

2. Принципы и методы сохранения культурного достояния, организации исследовательских процессов и создания новых объектов на его основе, а также ключевые проблемы и препятствия, сопровождающие эту деятельность, подробно анализируются в статье В. Б. Наумова «Методология сохранения культурного наследия на примере проекта "Сохраненная культура"», запланированной к публикации в 2023 году в научном информационно-аналитическом гуманитарном журнале «Ценности и смыслы»: <http://tsennosti.instet.ru> (дата обращения 15.11.2022).

3. Сопоставимого количества наград на конкурсах и фестивалях удостоился снятый проектом в 2020 году документальный фильм «Архитектура блокады» (реж. М. Якубсон): <https://prescult.ru/#obj> (дата обращения 15.11.2022).

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виктор Кочедамов : творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого : [сайт]. – URL: <https://kochedamov.ru/> (дата обращения: 15.11.2022).

2. Путь созидателя. Биография В. И. Кочедамова / Текст : непосредственный // В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 томах. Том 1. – СПб.: Сохраненная культура, 2021. – С. 17–37. – ISBN 978-5-6046054-7-9.
3. Олейников П. П. Неутомимый зодчий Сталинграда / П. П. Олейников. – Текст : непосредственный // В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 томах. Том 1. – СПб. : Сохраненная культура, 2021. – С. 41–63. – ISBN 978-5-6046054-7-9.
4. Олейников П. П. Самый молодой архитектор довоенного Сталинграда / П. П. Олейников. – Текст : непосредственный // Вестник. Зодчий. 21 век. – 2022. – № 1 (82). – С. 68–77.
5. Олейников П. П. Мастера архитектуры Сталинграда. Архитектор Виктор Кочедамов / П. П. Олейников. – Текст : непосредственный. – СПб. : Сохраненная культура, 2022. – С. 41–63. – ISBN 978-5-6046054-7-9.
6. Наумов В. Б., Асмолова А. Н. Осмысление и цифровизация наследия советских архитекторов А. В. Махровской, В. Н. Кочедамова и А. Н. Наумова в рамках проекта «Сохраненная культура» / В. Б. Наумов, А. Н. Асмолова. – Текст : электронный // Искусство Евразии : Электронный журнал. – 2021. – № 4 (23). – С. 282–299. – URL: <https://eurasia-art.ru/index.php/art/article/view/792> (дата публикации: 10.12.2021).
7. Сорокин А. П., Кузеванов В. С. От составителей / А. П. Сорокин, В. С. Кузеванов. – Текст : непосредственный // В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 томах. Том 3. – СПб. : Сохраненная культура, 2021. – С. 9. – ISBN 978-5-6044652-2-6.
8. The Preserved culture project : [сайт]. – URL: <https://prescult.ru/> (дата обращения: 15.11.2022).
9. Теоретические и прикладные исследования в области архитектуры, искусства, дизайна и медиатехнологий : материалы Всерос. науч.-практ. конф. : 100-летию со дня рождения В. И. Кочедамова, архитектора и ученого, посвящается/ Текст : непосредственный. – Омск : Омский гос. технический ун-т, 2012. С. 4-10.– ISBN 978-5-8149-1426-2.
10. Творческий и научный архив В. И. Кочедамова / Текст : электронный // Виктор Кочедамов : творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого : [сайт]. – URL: <https://kochedamov.ru/archive> (дата обращения: 15.11.2022).
11. Электронные репринтные издания монографий В. И. Кочедамова / Текст : электронный // Виктор Кочедамов : творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого : [сайт]. – URL: <https://kochedamov.ru/reprints> (дата обращения: 15.11.2022).
12. Коллекция «Сохраненной культуры» : книги, архивы, графика, живопись, кино, 3D-панорамы: подборка из пяти DVD-дисков / Текст : непосредственный; текст : электронный СПб.: Сохраненная культура, 2017.
13. В. И. Кочедамов. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых. В 4 томах. – СПб. : Сохраненная культура, 2021 / Текст : электронный // Виктор Кочедамов: творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого : [сайт]. – URL: <https://kochedamov.ru/works> (дата обращения: 15.11.2022).
14. Радченко Е. С. Дом Легпрома стал цифровым / Е. С. Радченко. – Текст : электронный // Виктор Кочедамов: творчество и современность. К 110-летию со дня рождения архитектора, педагога, ученого : [сайт]. – URL: <https://kochedamov.ru/radchenko> (дата обращения: 15.11.2022).

**В. И. КОЧЕДАМОВ И АРХИТЕКТУРНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ ОМСКОГО ХУДПРОМА  
ИМЕНИ М. А. ВРУБЕЛЯ**

**V. I. KOCHE DAMOV AND THE ARCHITECTURAL DEPARTMENT  
OF OMSK CHUDPROM NAMED AFTER M. A. VRUBEL**

**И. Г. Пендикова**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**I. G. Pendikova**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена 110-летию со дня рождения Виктора Ильича Кочедамова. Рассматривается процесс формирования и распространения эстетики конструктивизма как творческой концепции архитектурного образования 1920-х годов на базе художественно-промышленных учебных заведений нового типа. Описан подход к архитектурному проектированию на архитектурном отделении Омского худпрома в период обучения В. И. Кочедамова в техникуме в 1927-1931 гг., сформировавший его как профессионального архитектора.

**Ключевые слова** – В. И. Кочедамов, Омский художественно-промышленный техникум им. М. А. Врубеля, конструктивизм, концепция образования

В художественно-промышленных учебных заведениях нового типа, Баухаусе в Германии и ВХУТЕМАСе в России, открывшихся соответственно в 1919 и 1920 годах, особое место занимали архитектурные факультеты / отделения, продвигавшие эстетику неопластицизма и конструктивизма в архитектурном проектировании.

Особенность этой ситуации состоит в том, что в отечественной архитектуре 1910-х годов преобладали неоклассические тенденции и в неоклассицизме работал практически весь цвет российских архитекторов этого времени, что привело к появлению оригинальных концепций интерпретации художественно-композиционной системы классики, «к тому, что тогда называли «живой классикой» [1, с. 27]. С другой стороны, в структуре общественных потребностей, особенно военного времени, преобладали задачи строительства архитектурных сооружений, проектируемых инженерами на основе нового «технического» формообразования, что воспринималось критически профессиональными архитекторами и расценивалось как дилетантизм.

В результате в России сложилась уникальная ситуация, заключающаяся в том, что именно художники, чья деятельность была связана с художественно-промышленным образованием, прежде всего ВХУТЕМАСом, в первые послереволюционные годы раньше, чем архитекторы, увидели художественные возможности новых строительных структур и внесли их в предметный и графический дизайн. В свою очередь, архитекторы сначала увидели

ли потенциал нового формообразования в объектах протодизайна промышленных изделий и графики, главным преимуществом которого, с их точки зрения, было полное слияние функционально-конструктивной системы и внешней формы.

Описанная ситуация привела к тому, что на архитектурном факультете ВХУТЕМАСа с самого начала работы этого учебного заведения нового типа постепенно формировались три центра с отличными друг от друга творческими концепциями и принципами преподавания: Академические мастерские, где преподавали И. В. Жолтовский, И. В. Рыльский, А. В. Щусев, Э. И. Норверт, Л. А. Веснин, В. Д. Кокорин; Обмас – Объединенные левые мастерские (Н. А. Ладовский, В. Ф. Кринский, Н. В. Докучаев); Мастерская «экспериментальной архитектуры» (И. А. Голосов и К. С. Мельников). В 1924/1925 учебном году в новую мастерскую А. А. Веснина перешла часть студентов как из академических, так и из «новаторских» мастерских.

В статье «Архитектурный факультет с 1917 по 1957 год» В. И. Кочедамов описывает ситуацию, сложившуюся в Петроградских свободных художественных мастерских (ПЕГОСХУМ, позднее СВОМАС), открывшихся 10 октября 1918 года. В мастерские по архитектуре записалось более 240 студентов. Мастерские вели Л. Н. Бенуа, И. А. Фомин, И. В. Жолтовский, А. Н. Померанцев, М. Т. Преображенский, Г. А. Косяков, В. В. Суслов, Г. И. Котов – для всех этих преподавателей было характерно высокое профессиональное мастерство и привязанность к подлинно классической архитектуре. Занимать подобную позицию было нелегко, поскольку представители органов новой власти, в частности, коллегии по изобразительному искусству Народного комиссариата просвещения, стояли на левых позициях. Казимир Малевич, избранный в 1918 году членом Художественной коллегии Отдела ИЗО Наркомпроса, в статье «Архитектура как пощечина бетоно-железу» написал: «Все искусство освободило лицо свое от постороннего элемента, только искусство архитектуры еще носит на лице прыщи современности, на нем без конца нарастают бородавки прошлого. ..Наш новый архитектор тот, кто отбросит Грецию и Рим мощным новым даром, заговорит новым языком архитектуры [2, с. 130]. Поскольку архитекторы еще не приняли нового формообразования, то К. С. Малевич возлагает на живописцев следующую миссию: «...мы, живописцы, должны стать на защиту новых построек, а пока запереть или... взорвать институт старых архитекторов и сжечь в крематории останки греков, дабы побудить к новому, дабы чист был новоскованный образ нашего дня» [2, с. 130].

В. И. Кочедамов пишет об этой ситуации и о положении, в котором оказались архитекторы старой школы, объективно излагая факты, но в его интонации прочитывается симпатия и уважение, в частности, к академику И. А. Фомину, дававшему своим студентам копировать картины, гипсы и рисунки из музея Академии художеств, что многие из них делали с большим профессиональным мастерством.

Требование Коллегии ИЗО относительно создания архитектурных форм, не похожих на то, что существовало в прошлом, отражало дух времени. Однако в начале 1920-х годов ни в Петрограде, ни в других городах, находящихся в разрухе, и в первые годы после окончания Гражданской войны реальное строительство не велось. Именно художественно-промышленные школы стали местом формирования нового стилеобразования путем полемики двух главных концепций – супрематизма и конструктивизма. В начале 1920-х годов эти две творческие концепции рассматривались как взаимоисключающие. «Сейчас, с исторической дистанции, мы видим, что эти концепции формообразования дополняли одна другую как в об-

щих стилеобразующих процессах, так и в формировании творческих методов и приемов» как для профессии дизайнера, так и архитектора [1, с. 42].

Художественно-эстетические ценности нового формообразования были привиты Виктору Ильичу Кочедамову в период его учебы в Омском художественно-промышленном техникуме им. М. А. Врубеля, в который он поступил в 1927 году.

Административное решение об открытии в октябре 1919 года Сибирской художественно-промышленной школы формально было принято в июле 1919 г. на совещании Общества художников и любителей изящных искусств (ОХЛИИСК) с представителями учебного отдела Министерства Торговли и промышленности. Однако цель «устройство художественно-промышленной школы» впервые была зафиксирована в Уставе ОХЛИИСК 23 мая 1916 г. Омская художественно-промышленная школа стала первым учебным заведением нового типа, открытым в Сибири.

В самом начале 1920-х годов архитектурно-скульптурное отделение Худпрома возглавлял архитектор П. И. Силуанов, здесь преподавали скульптор Н. Н. Виноградов, военный инженер Н. Е. Варакин, архитектор А. В. Линецкий – разработчик концепции превращения Омска в город-сад. В первой половине 1920-х годов особое внимание уделялось изучению стилей, что подтверждают учебные работы студентов. Но к тому моменту, когда В. И. Кочедамов стал студентом техникума (1927), выпускник Худпрома архитектор П. И. Русинов, начавший преподавать в родном техникуме, уже разработал курс «Основы архитектуры и проектирование» на 1926-1927 учебный год<sup>1</sup> и спроектировал в Омске здание клуба им. З. И. Лобкова на 1200 мест (1926, строительство 1927-1928).

Возглавлял архитектурное отделение практикующий инженер Сергей Михайлович Игнатович, получивший образование в Санкт-Петербургском институте гражданских инженеров. Он вел основные предметы технического цикла, в том числе проектирование. «На практическую деятельность в области строительства смотрю как на необходимую подготовку для преподавателей», – писал С. М. Игнатович.

В 1929 году на базе Худпрома оформилась омская группа Современных архитекторов (СА). Название группы перекликается с московской ОСА – Организацией Современных архитекторов (1925) и свидетельствует о том, что ее представители идентифицировали себя с конструктивистами. В газете «Рабочий путь» этому событию была посвящена заметка, в которой говорилось: «В среду вечером в клубе строителей состоялось организационное собрание по созданию в Омске группы современных архитекторов. ...Инженер Огородников сделал небольшой доклад о целях и задачах архитекторов-конструктивистов, борющихся против эстетствующего классицизма за создание новых архитектурных форм, отвечающих их запросам современности» [3, с. 56-57].

В организационную тройку СА входили три архитектора: Сергей Михайлович Игнатович, Александр Савватьевич Огородников и Петр Иванович Русинов. Деятельность группы выражалась в пропаганде принципов конструктивистской архитектуры с помощью публичных лекций и докладов. Кроме того, члены группы настаивали на необходимости внедрения идей конструктивизма в крупное строительство в Омске. Развивая идеи конструктивизма, С. М. Игнатович и П. И. Русинов создали и реализовали на практике ряд проектов жилых домов и зданий общественного назначения.

---

<sup>1</sup> В основу курса была положена программа преподавателя ВХУТЕМАСа Н. В. Докучаева – одного из учредителей творческого объединения архитекторов-рационалистов АСНОВА (Ассоциация новых архитекторов).

Таким образом, очевидно, что, поступив на работу в сталинградский Крайпрогор в должности техника-архитектора, В. И. Кочедамов начал проектировать в духе эстетики конструктивизма, о чем свидетельствуют его работы, представленные в книге П. П. Олейникова «Архитектор Виктор Кочедамов», вышедшей в 2022.

Большую часть учебного плана студентов архитектурного отделения занимала летняя практика после второго и третьего курсов: свидетельство об окончании техникума выдавалось только после работы «на стаже» и заключения квалификационной комиссии о качестве проектов, представленных на квалификацию. Это были проекты жилых домов, рабочих клубов, кинотеатров, планировки рабочих поселков, отвечавшие пониманию задач архитектуры как организации пространства для размещения производственно-бытового процесса.

Интересно, что в стенах Ленинградского ВХУТЕИНА, как пишет В. И. Кочедамов, «в выпусках 1928-1929 годов уже явственнее ощущается влияние конструктивизма, хотя все еще сдерживаемое прошлым классическим воспитанием школы» [2, с. 137].

Подобная ситуация была характерна в этот период и для Сибстрина – Сибирского строительного института (Томск), второго центра развития архитектурного образования в Сибири наряду с Омским Худпромом. Томск в 1920-е годы сохранил основное ядро архитекторов, имевших дореволюционную практику; в связи с этим на архитектурном отделении Томского технологического института (будущий Сибстрин) долгое время практиковались старые программы обучения и методы преподавания. В стилевом отношении в 1922-1925 годах преобладали неоклассицизм, рациональный модерн и «исторические стили» («египетский», «мавританский» и др.). Наиболее передовым было обучение «живой классике» [4, с. 13-16].

В отличие от Омского Худпрома в Томске инициаторами освоения эстетики конструктивизма выступила группа студентов (Н. С. Кузьмин, Д. М. Агеев, А. С. Огородников и др.), которые организовали Томское отделение ОСА и получили поддержку журнала «Современная архитектура» (А. С. Огородников в 1929 году примет участие в создании омской группы Современных архитекторов).

В Томске конструктивизм занял в 1927-1929 годах лидирующие позиции в учебном проектировании. Как писал Огородников, «нам удалось изменить программу на 80%» и теперь «преподаватели начинают идти вместе с нами, в ногу, не желая от нас отставать» [4, с. 16].

В Омске же, где, с одной стороны, не было дореволюционной традиции архитектурного образования, а с другой – преподавательский состав Худпрома формировался за счет приезжих и молодых архитекторов, выпускников Строгановского училища и Петербургского училища технического рисования барона Штиглица, которые привнесли в учебный процесс принципы старой художественно-промышленной школы, прежде всего «принцип единого искусства». «Идея синтеза отразилась в учебных программах на трех уровнях: слияние искусства и быта, синтез технических и художественных дисциплин, а также взаимодействие разных видов искусства» [3, с. 49-50].

Главной причиной ликвидации Худпрома в 1930 г. стали общегосударственные социокультурные процессы. ВСНХ СССР провел реорганизацию системы образования с передачей в свое ведение вузов и техникумов Наркомпроса, большинство из которых затем было раздроблено по узкоотраслевому принципу. В 1931 году В. И. Кочедамов выпускником уже Омского строительного техникума.

Полученное В. И. Кочедамовым все-таки в Омском художественно-промышленном техникуме им. М. А. Врубеля образование сформировало его взгляды на архитектуру, от ко-

торых он никогда не отказывался, несмотря ни на какие жизненные обстоятельства. В статье об архитектурном факультете Академии художеств он обозначил следующие преимущества новой архитектуры: 1. Отмену частной собственности на землю, которая открыла перед архитекторами перспективы осуществления мечты создания городов-садов. 2. В отличие от диктовавшего свои условия частного заказчика государство являлось заказчиком с беспредельными экономическими возможностями и гарантом коллективно выработанных путей дальнейшего развития архитектуры. 3. Резко изменился социальный заказ – появился спрос на дворцы для общественной жизни трудящихся и массовое коллективное жилье. 4. «Фабрики и заводы с тесными цехами теперь появилась возможность превратить в просторные и красивые сооружения, помогающие хорошо трудиться и прославлять труд» [2, с. 129]. Развитие и реализация этих принципов продолжается до сих пор.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хан-Магомедов, С. О. Пионеры советского дизайна / С. О. Хан-Магомедов. – Москва : Галарт, 1995. – 424 с.
2. Кочедамов, В. И. Труды по истории градостроительства с комментариями современных ученых : в 4 т. / В. И. Кочедамов. – Санкт-Петербург : Сохраненная культура, 2021. – Т. 1. – 320 с.
3. Мысливцева, Г. Ю. Территория мечты : сб. трудов / Г. Ю. Мысливцева. – Омск : Омскбланкиздат, 2014. – 383 с.
4. Баландин, С. Н. Из истории архитектурного образования в Сибири / С. Н. Баландин, Г. И. Пустоветов. – Новосибирск : Наука, 1993. – 87 с.
5. Духанов, С. С. Сибстрин и Худпром: два центра архитектурного образования Западной Сибири в 1920-е годы / С. С. Духанов // Наука, образование и экспериментальное проектирование : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (2–6 апр. 2018 г.) / МАИ. – Москва, 2018. – С. 209–212.

УДК 93

#### **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АРХИВА В. И. КОЧЕДАМОВА: ОЦЕНКИ, ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

#### **THE RESEARCH POTENTIAL OF THE V. I. KOCHEDAMOV ARCHIVE: ESTIMATES, OPPORTUNITIES, PROSPECTS**

**В. С. Кузеванов**

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Россия*

**V. S. Kuzevanov**

*Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена возможностям изучения личного архива крупного историка архитектуры и Сибири первых русских городов Зауралья Виктора Ильича Кочедамова. Рассматриваются перспективы изучения отдельных рабочих материалов



**В. И. Кочедамова, сопоставления с другими историческими источниками. Актуальность данной темы обусловлена малой востребованностью омскими историками искусства, локальными и социальными историками.**

**Ключевые слова** – личные архивы, методы исследования архитектурного материала, источниковедение

## I. ВВЕДЕНИЕ

Переданный в 2012 году семейный архив В. И. Кочедамова привлек внимание исследователей разного профиля, в том числе историков, краеведов, и искусствоведов. Сам факт передачи личного архива крупного архитектора для Омска стал важным событием, т.к. до этого архивы градостроителей не поступали в таком большом объеме.

В 2020 году был издан четырехтомник полного собрания сочинений В. И. Кочедамова. Крупные современные исследователи получили возможность заново открыть его творчество, и уже в 2022 году была издана монография П. П. Олейникова, посвященная раннему творчеству В. И. Кочедамова [1]. Волгоградские исследователи совершили прорыв в изучении довоенного Сталинграда благодаря папке творческих работ Виктора Ильича, бережно сохраненной его внуком В. Б. Наумовым и профессионально оцифрованной ОГИК музеем.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В 2016 году к празднованию 300-летия Омска студентами Омского строительного колледжа под активным консультированием И. Л. Коновалова был создан макет второй Омской крепости 1768-1864 на основе архивных данных, публикаций краеведов, а также копий планов и чертежей, сделанных для своих собственных исследований В. И. Кочедамовым.

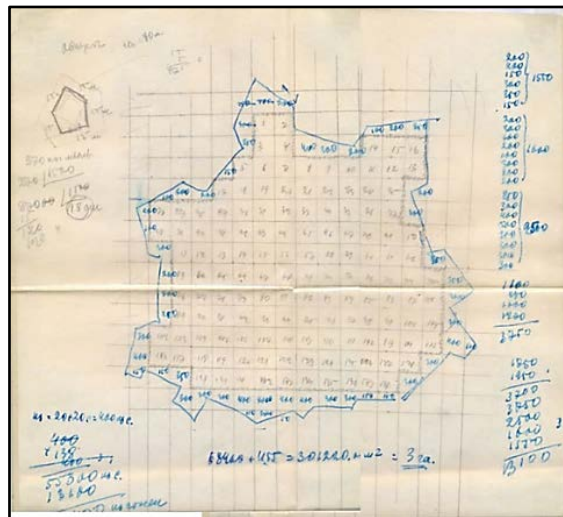


Рис. 1. Расчет площади Омской (второй) крепости. ОГИК музей. Фонд В. И. Кочедамова

Таким образом, задумка Виктора Ильича представить в объеме некогда существовавшую вторую Омскую крепость получила реальное воплощение. Изучая архивные материалы, можно обнаружить четыре сделанных от руки плана первой Омской крепости: Виктор Ильич

предпринял попытку произвести точный расчет площади как всей крепости в целом, так и отдельных ее частей (рис. 1). Он использовал топографические данные строителей Омской крепости и военных инженеров. Ему удалось перевести данные из исторических метрических систем в современные без погрешностей.

Виктор Ильич рассчитал площадь шестиугольника (первая Омская крепость по внутренним граням имела форму неправильного шестигранника), затем разбил пространство на равные составные части, произвел расчет количества полных частей и отдельных сегментов, свел эти два расчета в параллельные цифровые столбцы для более точной координации своих измерений (рис. 2). Тем самым он решил крайне непростую для омского краеведения задачу: в условиях физического отсутствия построек первой Омской крепости и условного ориентирования сохранившейся городской сетки трудно было гарантировать правильность измерений.

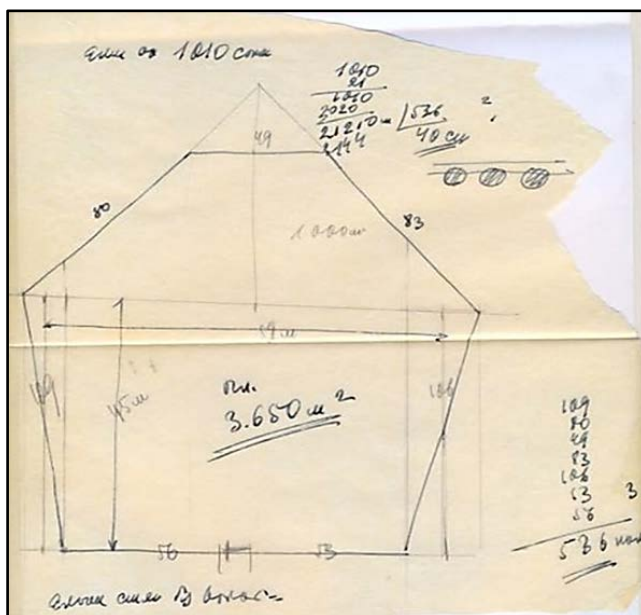


Рис. 2. Расчет площади Омской (первой) крепости.  
ОГИК музей. Фонд В. И. Кочедамова

Важно обратить внимание на эту очень важную деталь. В данном личном исследовании архитектор-практик становится архитектором-исследователем. Используемые методы архитектурных замеров, градостроительных расчетов, системы измерения архитектурных величин до сих пор в большой степени неподвластны историкам архитектуры и искусствоведом. Важно изучать архитектуру градостроительства, зная технические методы построения.

Обратимся к еще одному материалу. В. И. Кочедамов, проводя расчеты на основе архивных данных, предоставленных центральными архивами, смог определить реальную конфигурацию береговой линии (т.е. ее естественные очертания).

Сделаем небольшое отступление, иллюстрирующее сложность освоения этой территории строительством. Архитекторы, занимавшиеся проектированием Речного вокзала в середине XX века, хотели поместить здание на искусственно созданной платформе; сравнивая историческую и современную конфигурацию местности, можно обнаружить, что здание Речного вокзала находится в уязвимом месте. Спустя десятилетия это обстоятельство дает о себе знать: в настоящий момент происходит подмывание фундамента здания, что также

демонстрирует, что советские архитекторы решали сложнейшие задачи, размещая здания в ключевых местах города и подчиняя себе природный ландшафт.

Первоначально градостроители хотели построить речной вокзал на левом берегу р. Омь (об этом было написано нами ранее). Не углубляясь в историю строительства речного вокзала (об этом также писали ранее и подробно рассказано в данном сборнике в статье Д. Смирнова), подчеркнем, что активная фаза проектирования и возведения этого здания приходится на период интенсивных исследований В. И. Кочедамова по градостроительству Омска.

Удивляет совпадение, на которое необходимо указать в разговоре об истории проектирования этого здания. В главной монографии Виктора Ильича об Омске не упоминаются другие архитектурные проекты речного вокзала. Однако в книге Б. В. ИONOVA, рассказывающей о строящихся и проектирующихся зданиях речных вокзалов СССР, встречается неизвестный до сегодняшнего дня омским исследователям архитектурный проект речного вокзала в Омске, разработанный Ф. Н. Дюженко [2, 76]. Совпадение заключается в том, что Виктор Ильич и Федор Николаевич работали в Сталинградском краевом институте по планировке городов и населенных мест<sup>2</sup> и были соавторами знакового здания (гостиница «Большая Сталинградская») в центре Сталинграда [1, 110-115]. Ответ на вопрос, почему в книге «Омск. Как рос и строился город» нет упоминания об этом «сталинском» проекте для родного города, станет темой для дальнейших исследований архива В. И. Кочедамова.

### III. ТЕОРИЯ

В настоящий момент для расширения инструментария историков науки и важно осознать логику построения исторического исследования архитектора. Методы проектирования становятся предметом исследования архитектуроведов, как и проблема самих научных исследований. При детальном анализе методов проектирования и методов исследования Виктора Ильича Кочедамова необходимо осознать, что основа его профессиональной и научной деятельности одна – архитектурная.

Рассмотрим на примере: в конце 1940-х-начале 1950-х годов градостроители осваивают строительством северные кварталы улицы Богдана Хмельницкого. В тот период градостроителей можно разбить на два лагеря: приверженцы линейной застройки (строчной) и приверженцы квартального освоения. В фонде современной графики Омского изобразительного музея им. М. А. Врубеля сохранился проект профилировки и застройки кварталов, ограниченных улицами 10-я Линия (ныне ул. Богдана Хмельницкого), 20 лет РККА, 8-я Линия и Лермонтовская. Этот крупный участок разбивает на две равные части улицу Красных Зорь. Исследование проекта показывает, что освоение этих двух кварталов было разделено на две очереди, где приоритет имела преимущественно жилая застройка [3]. Автор проекта (утвержден 10 марта 1949) А. И. Юмакаев решал урбанистическую задачу комплексного освоения территорий – сейчас или в настоящий момент подобные проблемы решают путем формирования urban-блока (данное понятие появилось только в 1980-е годы). В личном архиве В. И. Кочедамова был обнаружен набросок с обозначением зданий рассматриваемого квартала (рис. 3).

---

<sup>2</sup> Автор статьи благодарит за предоставленные материалы П. П. Олейникова, члена Союза архитекторов РФ, профессора кафедры «Архитектура зданий и сооружений» Института архитектуры и строительства ВолгГТУ

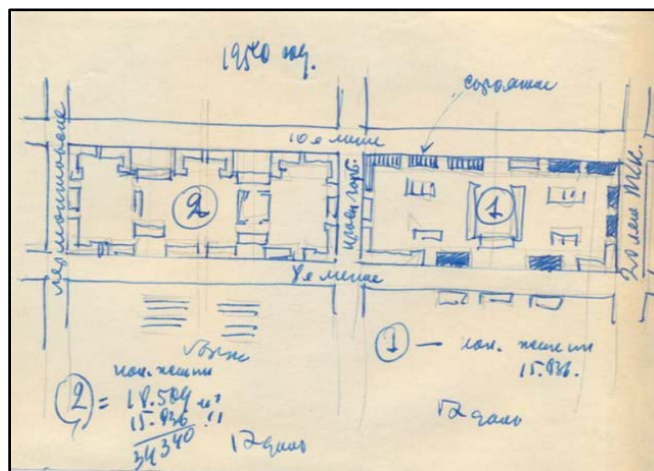


Рис. 3. Эскизный набросок застройки северного квартала заводов.  
ОГИК музей. Фонд В. И. Кочедамова

Однако ученый датирует свой набросок 1950-м годом, на котором также обозначены здания, построенные в 1940-е годы, строящиеся жилые дома первой очереди (15936 кв. м.); вторая очередь – 18504 кв. м. Данные цифры показывают масштаб застройки, которую мог себе позволить крупный заказчик – оборонный завод. В сложное послевоенное время, когда военные предприятия обеспечивали своих рабочих жильем, а информацию от проектных контор этих предприятий было получить трудно, Виктор Ильич предпринимает попытку выяснить основные принципы застройки и формирования благоустроенной среды. Натурное исследование данных кварталов приводит к пониманию, что количество проблем по мере освоения этой территории только росло. Качество строительного материала, инсоляция кварталов, расположение мест общего пользования были непростой задачей для проектировщиков того времени. Возможно, поэтому не были построены образовательные и спортивные объекты инфраструктуры.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На данном примере наглядно видно, что Виктор Ильич пытался предугадать образ города в недалеком будущем, опираясь на свое архитектурное чутье. Сопоставляя эскиз Кочедамова с реальным архитектурным проектом, можно выявить архитектурно-градостроительную морфологию. В дальнейших исследованиях можно применить теоретическую модель новосибирского исследователя А. Е. Гашенко [4] для построения локально-целостного градостроительного образа исторического городского участка. Такой ментальный каркас важен для реконструкции историко-цивилизационного ландшафта.

Намеченные методологические элементы позволяют наиболее точно реконструировать научную модель исследователя-архитектора. Реконструированная методология Кочедамова может быть полезна для изучения архитектурного и исторического пространства города, в котором не осталось следов исторической застройки, проектных ориентиров (красных и желтых линий кварталов), подтвержденных источниками. Продемонстрируем это на примере. В 1930-х годах в конце современной улицы Труда формировался соцгородок Паровозовагонно-ремонтного завода (далее ПВРЗ). По данным Ж. М. Хахаевой «для первой очереди строительства выбран участок площадью 11 га между улицами Труда, 5-й и 8-й Пролетарской. Здесь имелось в виду расселить 3740 чел. в многоэтажных домах» [5]. Жилой дом (ул. Труда, 49) строился в несколько этапов. Такой гигант в 116 квартир остается исполином на данной территории. Архивные изыскания не дали результатов по установке авторства

и точной хронологии возведения. В указанном выше фонде Музея им. М. А. Врубеля был найден архитектурный проект жилого дома (Омский областной музей им. М.А. Врубеля. Отдел современной графики. Либготт О. Е., Степанов Е. А., Сапронов И.Т. Жилой дом по ул. Карла Маркса. 1950. Бум., кар., акв., кисть. 30,9x55,9 – ВХ-28640), схожий по стилистике, но отличающийся отдельными элементами. В архиве Кочедамова удалось обнаружить листок с наспех сделанным наброском архитектурного решения (рис. 4), явно воспроизводящим увиденный Кочедамовым проект.

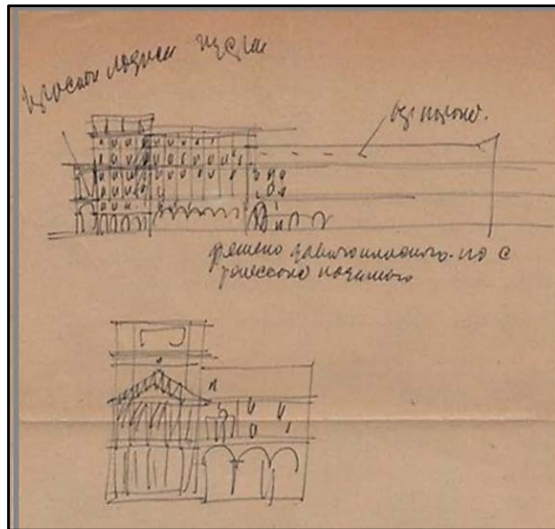


Рис. 4. Жилой квартал Омского ПВРЗ. ОГИК музей. Фонд В. И. Кочедамова

Второй набросок довольно точно отражает расположение основных частей проектируемого соцгородка. Так же, как и в предыдущих анализируемых эскизах, Кочедамов обозначает штриховкой построенный дом (рис. 5).

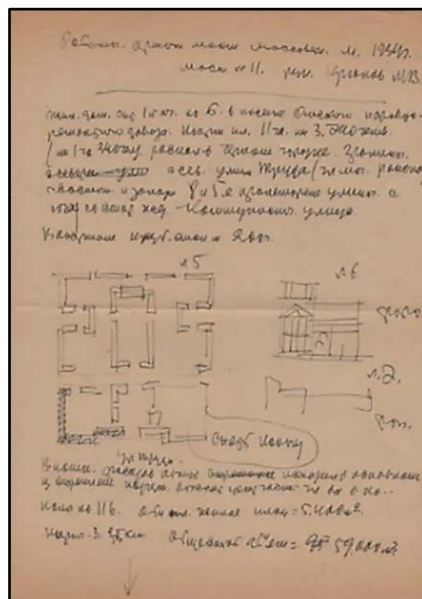


Рис. 5. Жилой квартал Омского ПВРЗ. ОГИК музей. Фонд В. И. Кочедамова

В плане заштрихованный дом очень близок к реализованному (ул. Труда, 49). Изучая сталинградский опыт проектирования Дома специалистов (арх. И. В. Ткаченко, В. И. Кочедамов, 1932), П. П. Олейников приводит второй вариант перспективы Дома специалистов на 300 квартир (рис. 6).



*Рис. 6.* И. В. Ткаченко, В. И. Кочедамов.  
Дом специалистов на 300 квартир в Сталинграде. Перспектива.  
1932 (из «Сталинградской папки» в архиве В. И. Кочедамова)

В плане этот проект схож с омским аналогом, что может косвенно подтвердить – Кочедамову были знакомы принципы построения градостроительного регулирования. Обнаруженные эскизы и анализ реальной застройки может стать фундаментом для начала крупного исследования соцгородка Ленинск-Омского, архивы и проекты которого были утрачены в эпоху социальных потрясений.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о больших перспективах использования архивных материалов В. И. Кочедамова для отраслевых историков; несмотря на широкую известность личного архива, он до сих пор является для исследователей малоизученной темой.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение необходимо отметить, что нереализованный исследовательский потенциал архива одного ученого может стать сильным импульсом для современных исследователей. Обозначенные элементы методик изучения историко-архитектурной среды могут быть полезными для выявления знаковых объектов строительства и постановки их на учет как памятников архитектуры.

**ПОДСКАЗАНО В. И. КОЧЕДАМОВЫМ: ОФОРМЛЕНИЕ ВОРОТ,  
КАЛИТОК И ЗАБОРОВ В ЗАПАДНОСИБИРСКИХ ГОРОДАХ  
КОНЦА XIX-ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА**

**SUGGESTED BY V.I. KOCHEDAMOV: DECORATION OF GATES, GATES  
AND FENCES IN THE WEST SIBERIAN CITIES OF THE END  
OF THE XIX-FIRST HALF OF THE XX CENTURY**

**Л. В. Чуйко**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**L. V. Chuyko**

*Omsk State Technical University  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена элементам деревянной застройки старых западно-сибирских городов конца XIX-первой половины XX века. Ворота, калитки и заборы дополняли целостный облик городской усадьбы, основной ячейки городского пространства, оформленной с большим разнообразием, которое было обусловлено достатком и сословным положением владельцев. Так же, как в домах, основным приемом декора этих элементов служила резьба по дереву, преимущественно пропильная (накладная и ажурная).

**Ключевые слова:** деревянная архитектура, ворота, калитка, забор, резной декор

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Первая часть книги В. И. Кочедамова «Омск. Как рос и строился город» (1960) завершается небольшим фрагментом, посвященным деревянному зодчеству города и его декору. Исследователь градостроительства и каменной архитектуры как основной его составляющей не обошел вниманием деревянную городскую застройку, которая еще в начале XX века составляла в России около 90% от общего количества частных и общественных домов [1, с. 112; 2, с. 24].

Революция 1917 года практически не изменила эту пропорцию, но отношение к городской деревянной архитектуре, украшенной резным декором, стало иным. В 1920-1930-е годы домовая резьба воспринималась советскими «строителями нового мира» как архаический, отживший пласт культуры – они видели светлое будущее исключительно урбанистическим,

технократическим, и национальное художественное наследие с его древней памятью в этом случае не имело большого значения.

«Сибирские города не благоустроены, даже общественные здания не имеют художественного оформления, сочетания целесообразности и художественной эмоциональности. Жилые дома архаичны по материалу (дерево) и по орнаменту, хотя богатому по своему разнообразию, но не соответствующему нашей эпохе. В городах европейской части РСФСР такие образцы деревянных построек давно исчезли» [3, с. 16].

## II. ТЕОРИЯ

В 1930-1950-е годы относительно городской деревянной архитектуры и ее резных украшений все еще имело место мнение, утвердившееся в 1860-е годы: видные исследователи крестьянской архитектуры считали, что обновление русской архитектуры, утратившей с закатом зрелого классицизма большую идею и цельность стиля, должно идти по пути обращения к изначальным национальным истокам – народному зодчеству.

В свете этого мнения пропильная архитектурная резьба считалась порождением города, пагубно влияющим на исконные крестьянские традиции. Это суждение оказалось очень устойчивым и внесло свою лепту в отношение к деревянной городской архитектуре, на значение которой обратили внимание только тогда, когда под натиском безликой застройки 1960-х годов стали исчезать целые кварталы, сформировавшиеся в конце XIX-начале XX века.

Однако В. И. Кочедамов в конце 1950-х годов говорит о высоких художественных качествах городского деревянного зодчества: богатом декоре, прорезной резьбе и кружевной тени, изяществе просечных железных украшений [4, с. 54-55].

Эта краткая характеристика вполне объективна и неоднократно подтверждена другими исследователями.

Но не только сами деревянные здания привлекли внимание ученого: «Важным элементом фасадной стороны дома являются ворота. Зачастую они богаче отделаны, чем сам дом» [4, с. 55]; далее на стр. 57 помещены две фотографии, иллюстрирующие это наблюдение.

Основной единицей застройки в западносибирских городах являлась частная городская усадьба. В. И. Кочедамов даже приводит ее средний размер, довольно крупный – 737 м<sup>2</sup> [4, с. 50].

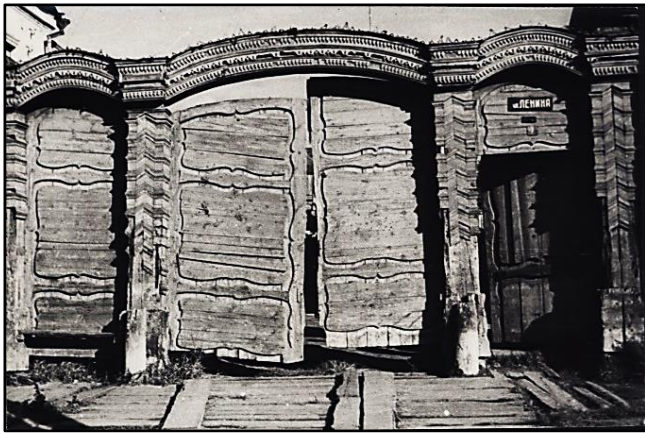
Хозяйственные постройки, огороды и сады городской усадьбы, размещенные в придомовом пространстве, скрывались за деревянным забором. При наличии забора были необходимы устройства для въезда и входа – ворота и калитки.

Конструкция при этом была предельно простой – створки крепились на столбах-верях с поперечной перекладиной наверху. На этой основе возникла композиция трех типов – симметричная на четырех столбах, характерная для зажиточного хозяйства, и две разновидности несимметричной – на трех или двух столбах.

В первом случае калитки находились по обе стороны ворот (рис. 1а, 1б).

Второй вариант, ворота на трех столбах с одной калиткой, был самым распространенным (рис. 1в, 1г). В третьем случае калитка совмещалась с одной из створок ворот (рис. 1д).





*а*



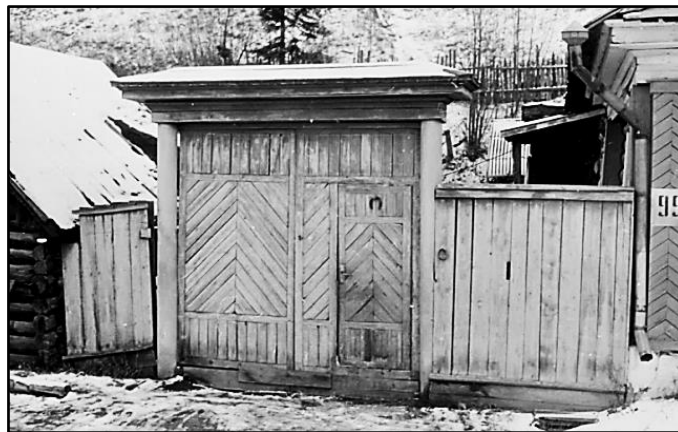
*б*



*в*



*г*



*д*

*Рис. 1.* Конструктивные типы ворот и калиток в западносибирских городах конца XIX-первой половины XX века:

- а, б* – ворота с двумя калитками (Тобольск, ул. Ленина,7; Омск, ул Рабиновича, 135);  
*в, г* – ворота с одной калиткой (Тобольск, без адреса; Омск, ул. Луганская, 2);  
*д* – калитка в створке ворот (Тобольск, ул. Ленина, 99)

Калитки могли иметь высоту, равную с полотнищами ворот или меньшую. В последнем случае над их верхними перекладинами устанавливался своего рода десю-де-порт, щит, нивелирующий эту разницу (рис. 2а, 2г, 2д).

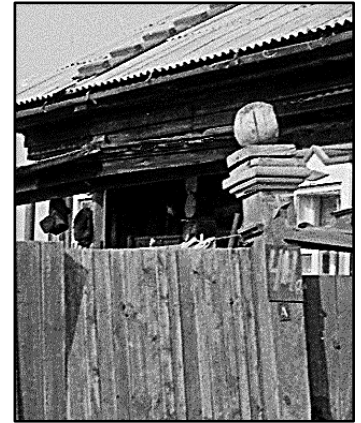
Для защиты от влаги над воротами часто делали двускатную крышу, деревянную или крытую железом (рис. 1д). В декоративных целях над верхней перекладиной нередко соорудили аттик, порой имеющий собственную кровлю и несущий резные украшения, выполненные в различных техниках, а также устанавливали объемные декоративные детали – прямоугольные, граненые или токарной работы, накладывали просечное железо (рис. 1б, 1г).



*а*



*б*



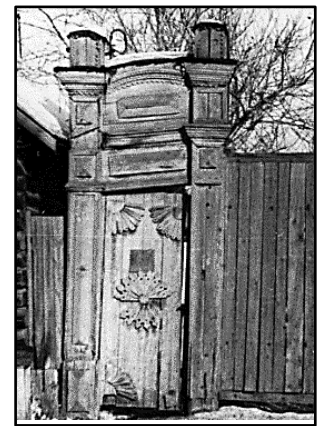
*в*



*г*



*д*



*е*

*Рис. 2.* Декоративное оформление ворот в западносибирских городах конца XIX-первой половины XX века:

*а* – аттик, щит над калиткой в технике пропильной резьбы, накладной и «на просвет» (Тобольск, без адреса);

*б-е* – оформление опор

(*б* – Томск, *в-д* – Тобольск, без адреса; *е* – Омск, ул. Лермонтова, 37)

Так же заботливо украшали щиты над калитками, опорные столбы и полотнища створок. Техником исполнения декора традиционно служила накладная резьба, рельефная (рис. 1б) и пропильная (рис. 2а, е), реже встречались фрагменты в технике «на просвет».

Среди таких произведений встречаются образцы, не уступающие по художественному уровню лучшим столичным разработкам. Таким примером служат знаменитые «тарские ворота» (рис. 3) с огромными розетками на створках и уникальным растительным мотивом над калитками – гибкий и асимметричный, он является замечательным вариантом стиля модерн в провинциальном деревянном зодчестве.

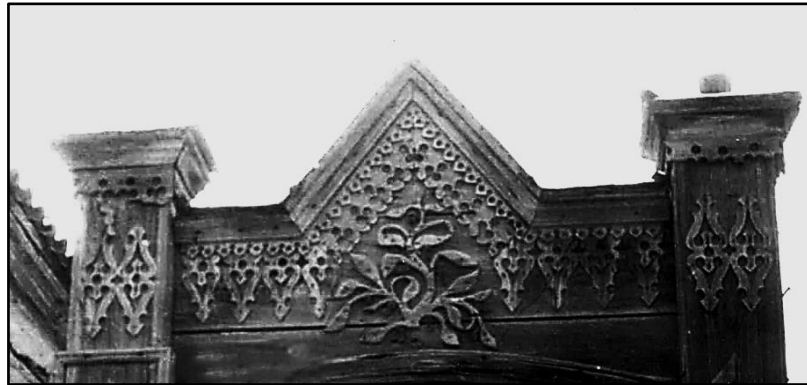
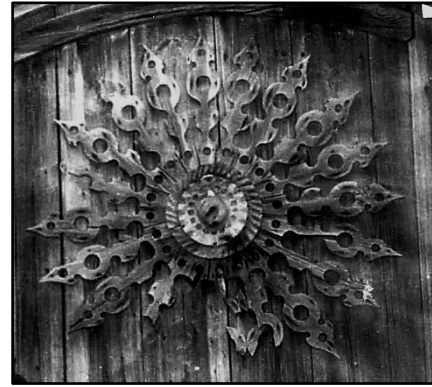


Рис. 3. Декор ворот в технике накладной пропильной резьбы. Начало XX века  
(Тара, ул. 5-й Армии, 64)

Заборы также демонстрируют широкий диапазон решений, от простейших (элементарный дощатый щит, рис. 4а) до более сложных, с рейками, закрывающими стыки досок на лицевой стороне и брусом, защищающим их верхние торцы (рис. 4б-4ж). Такие накладки могли включать декоративные дополнения: арочки, зубчики, ромбы. В Тобольске зафиксирован пример забора с выпуклыми рейками, напоминающими древний тын удлиненными треугольными зубцами (рис. 4з).



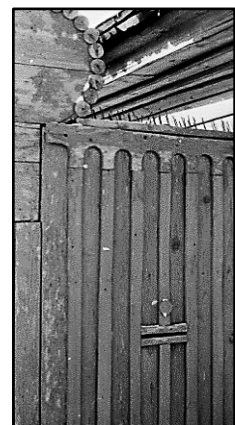
а



б



в



г

Рис. 4. Оформление заборов в западносибирских городах конца XIX – начала XX века:  
а–д – Тобольск; е – Тюмень, ул. 25 лет Октября; ж, з – Тобольск  
(окончание см. на с. 36)



д



е



ж



з

Рис. 4. Оформление заборов в западносибирских городах конца XIX – начала XX века:  
а–д – Тобольск; е – Тюмень, ул. 25 лет Октября; ж, з – Тобольск  
(начало см. на с. 35)

В середине XX века в городах Западной Сибири получили распространение легкие невысокие штакетники, ограждающие придомовое пространство на улице, участок между домом и дорогой – палисадник (от фр. palissade «изгородь, частокол»), где нередко высаживали цветы и декоративные кустарники. Штакетник сооружали из небольших деревянных реек, он ничего не скрывал и не мешал любоваться нарядным садиком под окнами дома. Чаще всего такое ограждение было самым несложным по технике выполнения и декоративным приемам (рис. 5а, 5б), но в ряде случаев зафиксированы несложные фигурные решения (рис. 5в).



а



б



в

Рис. 5. Штакетники в западносибирских городах середины XX века:  
а – Тюкалинск, ул. Володарского, 62; б – Омск, ул. Рабиновича, 85;  
в – Курган, ограда церкви

### III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С одной стороны, ворота являются самым элементарным устройством бытового обихода; с другой – это портал, понятие символическое и даже мистическое, связанное с переходом из одного пространства или качества в другое. Конечно, в сибирской провинции о ми-

стических вратах говорить не приходится, но ворота городской усадьбы открывали, закрывали и разграничивали двор и улицу – пространство частное, личное и административное, семейное и общественное.

Функция ворот и калиток допускала самое элементарное решение. Однако русский мастеровой человек, тем более в благородном промысле резьбы по дереву, чаще всего привносил в свою работу художественное начало, используя богатейшие возможности декоративного оформления.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

Фотографии деревянной архитектуры Тобольска выполнены тобольским писателем

В. П. Тоболяковым (1958-2019), автором книг «Беседы о Тобольске и его исторических окрестностях: размышления о предназначении Царственной Столицы Сибири» (Екатеринбург, 2002) и «Письма тоболякам» (Екатеринбург, 2011).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алисов, Д. А. Административные центры Западной Сибири: городская среда и социально-культурное развитие (1870-1914 гг.) / Д. А. Алисов – Омск : Изд-во ОмГУ, 2006. – 337 с.
2. Кошман, Л. В. Город в общественно-культурной жизни // Очерки русской культуры XIX века. Т. 1. – Москва : Изд-во Московского университета, 1998. – 384 с.
3. Козлова, С. А. Итоги научного строительства в г. Омске за первые десять лет советской власти. – Омск, 1930. – 47 с.
4. Кочадамов, В. И. Как рос и строился город / В. И. Кочадамов – Омск : Омское книжное изд-во, 1960. – 112 с.

# АРХИТЕКТУРА ГОРОДОВ УРАЛА, СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

УДК 069

## МАТЕРИАЛЫ К КНИГЕ «ОМСК. КАК РОС И СТРОИЛСЯ ГОРОД» ИЗ КОЛЛЕКЦИИ ЛИЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В. И. КОЧЕДАМОВА В ФОНДАХ ОГИК МУЗЕЯ

## MATERIALS TO THE BOOK «OMSK. HOW THE CITY GREW AND WAS BUILT» FROM THE COLLECTION OF PERSONAL ORIGIN V.I. KOCHEDAMOV IN THE FUNDS OF THE OGIK MUSEUM

**Г. Б. Буслаева**

*Омский государственный историко-краеведческий музей, г. Омск, Россия*

**G. B. Buslaeva**

*Omsk State Museum of Local History, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья знакомит с документами из коллекции личного происхождения В. И. Кочедамова, имеющими отношение к изучению ученым истории города Омска и работе над книгой «Омск. Как рос и строился город». Автор представляет историю появления материалов В. И. Кочедамова в Омском государственном историко-краеведческом музее (далее ОГИК музей), видовой состав документов, приводит отрывки из некоторых источников.

**Ключевые слова:** коллекция личного происхождения, архивные источники, рукописные материалы, изобразительные источники, графические источники

### 1. ВВЕДЕНИЕ

В появлении коллекции личного происхождения (архива) В. И. Кочедамова в фондах ОГИК музея большую роль сыграло участие Аллы Николаевны Гуменюк, кандидата искусствоведения, профессора кафедры «Дизайн» института дизайна, экономики и сервиса Омского государственного технического университета. В 2013 году ОГИК музей в рамках празднования своего 135-летия готовил крупный выставочный проект «Легенды Омского краеведения», посвященный выдающимся омским ученым, внесшим огромный вклад в изучение родного края. На выставке были представлены материалы личных коллекций писателя-краеведа И. Ф. Петрова, историков-краеведов М. Е. Бударина и А. Д. Колесникова, профессора архитектуры В. И. Кочедамова. В ходе подготовки к мероприятию внук В. И. Кочедамова Виктор Борисович Наумов, юрист и ученый, руководитель проекта «Сохраненная культура», проживающий в Санкт-Петербурге, передал через Аллу Николаевну часть документов и личные

вещи Виктора Ильича. Затем в течение 2013-2015 годов в музей поступила большая коллекция документов, насчитывающая 2443 предмета. Обработка и постановка коллекции на государственный учет началась в 2013 году и завершилась в 2016.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Значительная часть коллекции – документы, имеющие отношение к Омску, их около 720 единиц хранения основного фонда. Виктор Ильич любил Омск, гордился тем, что был его уроженцем, приезжал в родной город, изучал его прошлое, интересовался его настоящим и перспективами развития. Как историка архитектуры, его привлекал процесс возникновения и становления Омска. Результатом многолетней кропотливой изыскательской работы в центральных и местных архивах, музеях стала книга «Омск. Как рос и строился город», изданная в 1960 году и излагающая историю Омска с момента основания Омской крепости до превращения его в крупный индустриальный центр Сибири в 50-е годы XX века. Среди документов, имеющих отношение к Омску, наиболее многочисленны рукописные материалы. Это выписки В. И. Кочедамова из архивных источников, монографий, периодической печати, авторские рукописи, заметки, записи, письма – всего 319 единиц хранения. Большая часть этих материалов использовалась автором при работе над книгой об Омске. Часть вспомогательных и рукописных источников, иллюстративного материала не вошла в издание ученого, но хранилась в его архиве.

## III. ТЕОРИЯ

Работа автора с различными источниками, их тщательный отбор и анализ способствовали тому, что книга «Омск. Как рос и строился город» на долгие годы стала одним из основных источников по истории возникновения и развития нашего города.

Для воссоздания ранней истории Омска Виктор Ильич изучал архивные документы, публикации в периодической печати и книгах, делал выписки из них. Так, в выписке из «Описи Омской крепости...» 1, датированной 1755 годом, содержатся интересные сведения о ее состоянии в то время: «...Вокруг всей оной крепости палисад пришед в ветхость и весьма мало годного по большей части погнил во многих местах обвалился...». Далее описываются строения и укрепления Омской крепости, которые подлежат ремонту и восстановлению и предлагается проект восстановления обветшалых сооружений. В выписках из документа 1760 года приводятся данные о количестве строительного леса, необходимого для строительства и починки крепости: «...На заплаты вокруг всей крепости також и на куртину с полубастионом новым от ямышевской стороны к киштимским воротам на рavelины по мере 596 сажен бревен длиною двух сажен толщиною в отрубе семь дюймов – 5066...» 2. В выписке из рукописи 1765 года «Опись какое число имеется при крепости Омской в разных местах строений...» перечисляются постройки, имеющиеся в первой Омской крепости, описывается ее устройство 3. Ценные сведения, касающиеся описания первой Омской крепости и обоснования ее переноса на другой берег, содержатся и в донесении «Из военно-походной гр. Орлова канцелярии в таковую же генерал-инженера Муравьева о рассмотрении и построении Омской крепости» 4. Вот отрывок из этого документа, датированного 1767 годом: «...Нынешняя крепость состоит в пяти бастионах на горе немного скатно к реке Иртышу, а вниз к берегу..., где по большей части живут пахотные казаки, а за рекою Омью три роты и резервные команды и им состроены казармы и конюшни: все сие забрано деревянным за-

плотом с выкопанием малого рва и обнесено рогатками, провиантские же могозейны построены на берегу реки Оми, со обнесением заплотом, под дефензии...Крепость перенести на другой берег...». Кочедамов заинтересовал и рапорт генерал-поручику И. И. Шпрингеру от генерал-инженер-майора Мальма, датированный 1769 годом. 5 Вот выписки из него: «...при рапорте городской Омской крепости усмотрено им назначено построить под № 7-м гауптвахту не в удобном месте против самой проезжающей большой улицы, где проезду из оной великое помешательство чиниться будет, посему от него того ж году декабря 18 числа к его Превосходительству инженеру генерал-майору Гербелю в наиглавнейшее рассмотрение и представлено было, не повелено ли будет ту гауптвахту построить в другое место...Решено построить на месте № 6, а школу перенести на место № 16...». К вопросу строительства и внешнего вида первой Омской крепости Кочедамов возвращается в середине 1960-х годов в связи с публикацией статьи А. Д. Колесникова «Основание Омской крепости и ее роль в заселении Прииртышья». В фондах ОГИК музея хранится черновик рукописи В. И. Кочедамова «Еще раз о первой Омской крепости», датированной сентябрем 1965 года. 6 Автор вступает в полемику с А. Д. Колесниковым, утверждавшим, что первая Омская крепость имела четырехугольную форму. В. И. Кочедамов пишет: «В “Известиях Омского отдела географического общества Союза ССР”, выпуск 7 (14) за 1965 год, в статье Колесникова А. Д. «Основание Омской крепости и ее роль в заселении Прииртышья», оспаривается высказанное мною суждение о форме Омской крепости 1716 года. Учитывая, что вскоре город будет отмечать свое 250-летие и в юбилейные дни многие пропагандисты выступят с докладами по истории г. Омска, важно установить истину в этом вопросе...». Ссылаясь на различные источники, В. И. Кочедамов доказывает, что первая Омская крепость имела форму правильного пятиугольника.

Работая над книгой об Омске, для того, чтобы иметь наиболее полное представление о застройке города в период его возникновения, ученый изучал хранящиеся в архивах планы Омска и Омской крепости чертежи различных сооружений, делал фотокопии этих документов.

Всего в коллекции Виктора Ильича 120 фотографий и 88 негативов, относящихся к Омску. Помимо фотокопий планов города и различных сооружений, имеются видовые снимки 1950-х годов, личные фотографии В. И. Кочедамова 1950-1960-х годов, групповые снимки с участием его жены, близких людей. Негативы представлены копиями архивных источников – планов и видов Омска, изображений чертежей различных сооружений. Графические источники немногочисленны и представлены чертежами, карандашными набросками. В основном это планы г. Омска и Омской крепости, планы строений и экспликации к планам. Значительная их часть включена в виде иллюстративного материала в его книгу. Некоторые изображения хранятся в коллекции ученого только в виде стеклянных или пленочных материалов. Так, нет позитивного варианта плана Омской крепости 1785 года. 7 Среди материалов коллекции имеются не вошедшие в книгу чертежи плановтаких сооружений, как ямской станции дом и кордегардия<sup>2</sup>. Часть иллюстративного материала В. И. Кочедамов получал от омских фотографов И. П. Дрейлинга и М. И. Фрумгарца, с которыми поддерживал деловые отношения. Некоторые видовые снимки Омска 1950-х годов, хранящиеся в архиве автора, не вошли в книгу «Омск. Как рос и строился город» и не представлены в фотофонде нашего музея. В Омске почти не сохранилось деревянных построек прошлого века, и для исследователей несомненный интерес представляет снимок «Старый дом на углу улиц Больничного переулка и Краснофлотской». 8 О том, как выглядел центр города в середине 1950-х годов, да-



ет представление фотография «Вид на улицу В. И. Ленина со стороны сквера имени Масленникова». 9 Работая над книгой «Омск. Как рос и строился город», В. И. Кочедамов вел переписку с архитекторами М. А. Мискевичем, Н. Слотинцевой из архитектурно-планировочной мастерской имени академика В. А. Веснина и В. А. Антониновым из Государственного проектно-изыскательского института «Гипрокоммунстрой».

Ценные материалы были предоставлены Виктору Ильичу заведующим отделом сельского хозяйства и зеленого строительства Омского горисполкома Г. Г. Шкуловым, директором Омского лесхоза А. Ильковским, секретарем Омского промышленного обкома КПСС по агитации и пропаганде А. Д. Чистяковым, начальником Статистического управления Омской области Б. П. Сергеевым.

В архиве В. И. Кочедамова хранится письмо от А. Ф. Палашенкова, известного омского ученого-краеведа. Вот отрывок из него: «... Скоро выйдет 3-й выпуск “Известий Географического общества”. Конечно, вышлю Вам. Я не удовлетворен помещенной в них заметкой о планах Омска, есть неувязки. Ничего не сохранилось от крепости 1716 г. ... Вместе с нами порадитесь и Вы, дорогой Виктор Ильич! На днях открывается мост через Иртыш. Это большое событие для города. Приятный вид приобретает ул. Карла Маркса. Вообще, Омск хорошеет с каждым днем. Будьте счастливы. Искренне уважающий Вас А. Палашенков». 10

Известно, что Андрей Федорович высоко оценил его книгу об Омске.

В. И. Кочедамов интересовался всеми публикациями, связанными с историей Омска. В его коллекции есть статьи омских краеведов В. В. Берникова, Д. Н. Фиалкова, А. Ф. Палашенкова, А. Д. Колесникова.

Так как книга В. И. Кочедамова пользовалась большой популярностью у всех, интересовавшихся историей Омска, Управление по печати при исполкоме Омского областного Совета депутатов трудящихся планировало переиздать ее в 1967 году, о чем сообщал ученому в своем письме начальник Управления И. И. Ведькал. 11 Но книга была переиздана значительно позже, в 2012 году

#### IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Материалы, содержащиеся в коллекции личного происхождения (архиве) известного архитектора, хранящиеся в фондах ОГИК музея, являются важным источником по истории Омска, позволяют проследить, как ученый работал над изданием, какими источниками пользовался. И сегодня они не утратили своего значения для исследователей и читателей, интересны как местным ученым – краеведам, историкам архитектуры, искусствоведам, так и исследователям из других регионов Сибири, а также студентам и школьникам, изучающим возникновение и развитие старинного сибирского города.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. ОМК-15697/517 Выписка из архивного источника. Омский областной архив, ф. 1, оп. 17, дело 39, год 1755. [Описание Омской крепости]. [1950-е гг.]
2. ОМК-15697/678 Выписка из архивного источника. Омский областной архив, ф. 1, оп. 98, дело 136, год 1765. [Описание Омской крепости]. [1950-е гг.]
3. ОМК-15697/678 Выписка из архивного источника. Омский областной архив, ф. 1, оп. 98, дело 136, год 1765. [Описание Омской крепости]. [1950-е гг.]

4. ОМК-15697/618 Выписки из архивного источника. ЦГВИА, ф. 349. оп. 1, дело 81, год 1767. [Из военно-походной гр. Орлова канцелярии в таковую же генерал – инженера Муравьева о рассмотрении и построении Омской крепости]. [1950-е гг.]

5. ОМК-15697/608 Выписки из архивного источника. ГАОО, ф. 1, оп. 2, дело 14, год 1769. [Рапорт Шпрингеру от инженер-майора Мальма]. [1950-е гг.]

6. ОМК-15697/303 Рукопись. В.И. Кочедамов. Ещё раз о первой Омской крепости. Сентябрь 1965 г.

7. ОМК-15697/515 Негатив стеклянный. План Омской крепости. 1785 г.

8. ОМК-15697/573 Фотография. Омск. Старый дом на углу улиц Больничного переулка и Краснофлотской. [1950-е гг.]

9. ОМК-15697/419 Фотография. Омск. Вид на улицу В.И. Ленина со стороны сквера имени Масленникова. [1950-е гг.]

10. ОМК-15697/59 Письмо В. И. Кочедамову от А.Ф. Палашенкова из Омска в Ленинград. 2 ноября 1959 г.

11. ОМК-15697/341 Письмо В.И. Кочедамову от начальника Управления по печати при исполкоме Омского областного Совета депутатов трудящихся И.И. Ведькала с извещением о том, что книга «Омск. Как рос и строился город» намечена к переизданию в 1967 году. [1966-1967 гг.]

УДК 004.94

## **ПОНЯТИЕ И УРОВНИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОПЛОЩЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ ГОРОДА**

### **THE CONCEPT AND LEVELS OF VISUAL IMPLEMENTATION OF DIGITAL TWINS OF THE CITY**

**М. Е. Ветчинкина, О. Н. Ткаченко**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет информационных технологий и компьютерных систем, г. Омск, Россия*

**M. E. Vetchinkina, O. N. Tkachenko**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of Information Technologies and Computer Systems, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению понятия «цифровой двойник города» и исследованию возможных вариантов его реализации. Цифровизация позволяет делать города более комфортными, однако важно определить какие измерения цифрового двойника уже возможно реализовать на данном уровне развития технологий и как их эффективно воплотить с точки зрения дизайна.

**Ключевые слова** – цифровой двойник, цифровой двойник города, умный город, цифровая инфраструктура, дизайн цифрового двойника.

## I. ВВЕДЕНИЕ

Роль городов в экономическом развитии регионов и стран значительно возрастает во всем мире. По прогнозу Организации Объединенных Наций, к 2030 году доля городского населения в мире достигнет 60,4% по сравнению с 55,3% в 2018 году. Высокие темпы роста городского населения наблюдаются и в развивающихся странах за счет миграции населения из сельской местности в города. Несмотря на множество плюсов данного процесса, нельзя закрыть глаза на проблемы, которые вызваны урбанизацией: высокие городские расходы, городская бедность, пробки на дорогах, нехватка жилья, отсутствие городских инвестиций, слабое городское финансирование, ухудшение состояния окружающей среды и пр. [1]. В связи с большим количеством обращенных к органам местной власти требований граждан по улучшению качества жизни, начали зарождаться концепции «умных городов», согласно которым современные информационные технологии помогут сделать жизнь граждан максимально комфортной [2].

Параллельно с цифровизацией жизни горожан формируется еще один существенный аспект городской реальности – это его *цифровой двойник*. Цифровой двойник (далее ЦД), как неизбежная тенденция цифровой трансформации, давая более глубокое представление о внутренних операциях системы и взаимодействиях между ее элементами, по замыслу, поможет городу в удаленном формате принимать более эффективные решения в его планировании, управлении, распределении товаров и услуг. ЦД позволит смоделировать сценарии вида «что, если», тем самым помогая аналитикам понять, как города, оснащенные интеллектуальными технологиями, будут функционировать в тех или иных экономических, экологических и социальных условиях [3].

Сегодня многие страны мира пытаются создать цифровые двойники своих городов. Существуют прогнозы, что к 2030 году применение технологий цифровых двойников сэкономит 280 млн. долларов на городское планирование, строительство и эксплуатацию. По данным анализа, проведенного Градостроительным институтом пространственного моделирования и развития «Гипрогор Проект», для выявления наиболее комплексных решений при создании цифровых двойников городов, в десятку лидеров вошли города Сингапур, Бостон, Ньюкасл, Джайпур, Хельсинки и др. [4] Как отмечается в исследовании, Россию также ждет неотвратимый процесс цифровизации городов, но на данный момент это направление находится только на стадии развития.

Цифровой двойник, естественно, отражает состояние реального города и содержит возможные способы управления этим состоянием. Можно говорить, что город в цифровой среде обретает свой уникальный образ, имеющий разные измерения. Именно этот аспект стал основой исследования в рамках настоящей статьи.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования – изучить и сформулировать определение понятия «цифровой двойник города» и выявить измерения, или уровни, его визуального воплощения. Проработанность образа в разных измерениях характеризует качество цифрового двойника города. Для решения задач исследования были проанализированы теоретические концепции, касающиеся феномена цифрового двойника города, а также рассмотрены уже существующие цифровые проекты, воплощающие образ города в цифре.

### III. ТЕОРИЯ

Впервые концепция цифрового двойника была предложена в 2002 г. профессором Мичиганского университета М. Гривзом, который в своем курсе по управлению жизненным циклом продукта, рассказал публике о том, что получать информацию об объекте можно через «модель зеркальных пространств», которая представляла собой идею ЦД [5]. Сам же термин ЦД был утвержден и определен в 2012 году. В одной из своих работ исследователи НАСА Е. Глесген и Д. Штаргель привели определение ЦД, как «интегрированной мультифизической, мультимасштабной, теоретико-вероятностной модели собранного транспортного средства или системы, в которой используются лучшие доступные физические модели, данные датчиков, а также история парка транспортных средств для моделирования состояния оригинала, работающего в реальных полевых условиях» [6].

Большие потоки данных и общий интерес к применению ЦД расширили использование методологии от моделирования физических объектов до моделирования сложных социотехнических систем. Появились «цифровые двойники умных городов», которые создаются для анализа данных о городских системах.

На данный момент цифровой двойник города представляется как «комплекс взаимосвязанных цифровых двойников, представляющих определенные аспекты функционирования и развития городской среды» [3]. Это своеобразный собирательный образ города, представленный из оцифровки жизни разных измерений города и призванный трансформировать эти измерения.

Технология цифровых двойников может значительно улучшить качество жизни жителей и повысить инклюзивность городского пространства. Благодаря совмещению виртуального с реальным и внедрения возможных сценариев ЦД больницы, школы и дома престарелых смогут круглосуточно предоставлять огромный спектр индивидуальных услуг, тем самым повышая уровень счастья жителей. Помимо этого, технологии ЦД смогут предоставить личную безопасность граждан и повысить безопасность и надежность городских операций с помощью моделирования различных концепций в виртуальной среде. Также ЦД предоставят виртуальные и трехмерные пространства для всех возрастных групп, позволяя широкой группе людей пользоваться этими услугами [5].

Для создания ЦД правительство должно проанализировать потребность в отслеживании городских показателей и разработать межотраслевые сценарии, использующие преимущества технологии цифровых двойников. Примерами могут служить: моделирование воздушного и наземного пространства (трубопроводные сети, планирование и строительство энергетических объектов и т. д.); анализ сценариев с высоким антропогенным риском (террористические акты, лесные пожары и т.п.) и многоуровневые жизненные сценарии (например, граждане могут подавать заявки на индивидуальные услуги, такие как покупки, образование и медицинские услуги, через единый цифровой интерфейс). Только в том случае, если инструменты будут удовлетворять потребности населения, можно будет построить удобную и ориентированную на человека систему городских цифровых услуг.

Изучение разнообразных отечественных и зарубежных цифровых проектов и систем, посредством которых возможно формирование и функционирование цифровых двойников, позволило нам выделить и охарактеризовать уровни их воплощения, которые возможны на современном этапе развития техники и технологий.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

ЦД поддерживают возможности синхронизации с реальным состоянием городской инфраструктуры посредством данных, поступающих из различных источников в режиме реального времени. Получая непрерывный поток данных комплексы цифровых двойников, города начинают функционировать.

В процессе исследования были выявлены уровни существования ЦД города с точки зрения вида коммуникации двойника и заинтересованного пользователя, которыми являются, прежде всего, жители города. При этом мы рассматриваем способ визуального представления цифрового двойника пользователю, что отражает суть коммуникативного взаимодействия. Мы выделили аспекты коммуникационного дизайна, реализованные в том или ином уровне ЦД.

Рассмотрим эти уровни.

##### 1. Цифровой двойник городской инфраструктуры.

Такой цифровой двойник содержит, как правило, интерактивные 3D- или 2D-модели зданий, сооружений, инженерных коммуникаций, а также визуализацию протекания различных процессов, что позволяет отслеживать состояние реальных сооружений и коммуникаций, оптимизировать их работу и срок службы.

Например, бюро развития «больших данных» города Чунцина запустило специальный проект для строительства нового интеллектуального центра умного города [6]. Оно планирует построить сервисную систему, поддерживаемую единой облачной платформой. Платформа направлена на цифровизацию всего процесса управления проектами, строительством и государственного надзора. Она осуществляет цифровой контроль над процессом проектирования и дает обоснование решений властей в отношении утверждения и контроля проектами, посредством цифровизации всех звеньев строительства и применения технологий интеллектуального анализа «больших данных» в строительстве.

##### 2. Цифровой двойник транспортной сети.

Цифровой двойник представляет собой, как правило, интерактивные 3D- или 2D-модели дорог, путей передвижения и транспорта. Это позволяет оптимизировать распределения потоков дорожного трафика во времени и пространстве, обеспечивать конечных пользователей информацией о состоянии дорог и безопасностью, а также качественно повышать уровень удобства взаимодействия участников дорожного движения.

Цифровой двойник Синьцзянского международного наземного порта обеспечивает контроль информации, получаемой портом, в цифровом формате [5]. С помощью датчиков движения, пространственного вычисления, конвергенции данных о грузах, автоматических сопоставлений и оптимизации группировки грузов порту удастся избежать проблем с чрезмерной зависимостью от рабочего персонала и с низкой эффективностью группировок грузов. В то же время цифровой двойник помогает парку в позиционировании контейнеров, беспилотном вождении и автоматическом планировании маршрутов транспортных средств. Можно отметить, что планирование маршрутов транспортных средств повысило эффективность региональных перевозок и уменьшило заторы на дорогах.

##### 3. Цифровой двойник здравоохранения.

Такой цифровой двойник содержит, как правило, 2D и 3D-модели медицинских учреждений и истории болезни пациентов, которые помогают в прогнозировании возможной переполненности медицинских учреждений и нехватки персонала, в эффективном управлении системой пунктов здравоохранения, а также в обеспечении данными о пациентах всех заинтересованных лиц.

В регионе Франции Гранд-Эс была создана информационная панель на основе платформы 3DEXPERIENCE от Dassault Systèmes [7]. Благодаря технологиям цифрового двойника региону удалось найти баланс между мерами по профилактике вирусов и недостатками карантинных мер. Платформа «PredictEst» помогает администрации определять количество пациентов, которые могут быть размещены в каждом регионе, количество имеющихся тестов на COVID и изменение числа людей с положительным результатом. В то же время платформа может моделировать и визуализировать распространение пандемии, определять количество людей, живущих в каждом регионе. Вся вышеуказанная информация может отображаться в полном или частичном виде по мере необходимости, помогая администрации своевременно узнавать о статистике пандемии и эффективно формировать решения по принятию и снятию конкретных карантинных мер.

#### 4. Цифровой двойник городской экологии.

Цифровой двойник представляет, как правило, механизмы мониторинга и прогнозирования экологического состояния городской среды. Он помогает понять, какие изменения помогут сохранить или улучшить экологию города, а также выявлять факторы риска, несущие вред природе.

Платформа Virtual Singapore объединяет данные о температуре окружающей среды и воздействии солнечного света в течение дня [5]. С помощью виртуального моделирования градостроители смогут увидеть, каким образом установка «зеленых крыш» повлияет на региональную температуру и интенсивность освещения в конкретных районах. Таким образом виртуальные симуляции помогут архитекторам корректировать расположение, высоту и форму зданий в реальной жизни для создания комфортной среды проживания горожан.

#### 5. Цифровой двойник историко-культурного пространства города.

Такой цифровой двойник содержит, как правило, интерактивную 3D-модель объектов культуры и помогает сохранить историческую память об объектах исторического наследия, посредством предоставления людям из различных стран мира возможность посещать их виртуально.

Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина при поддержке Министерства культуры РФ создал проект «Виртуальный Пушкинский» [8]. Данный цифровой двойник позволяет любому человеку попасть в виртуальное пространство музея, перемещаться по залам, слушать аудиогиды и изучать информацию о картинах. У онлайн-пользователей данной платформы есть возможность создавать полностью виртуальные экспозиции.

#### 6. Цифровой двойник энергии.

Цифровой двойник представляет собой 3D-модель энергетической системы города, улиц и домов, связывающую все элементы энергообъекта воедино и дающую представление о его полном жизненном цикле. ЦД помогает уменьшать аварийность, повышать эффективность бизнес-процессов и предотвращать технологические риски.

В последнее время власти и граждане начинают думать не только о том, как истощить ресурсы, но и о том, как использовать их рациональнее. Примером рационального использования энергии виртуальный двойник городской энергетики (Jumeau Energie de la Metropole) во французском городе Рене [5]. Платформа помогает визуально выявлять энергопотребление домов и количество поступающего солнечного света, что помогает принимать решения в интересах жителей города и окружающей среды. Кроме этого, платформа создает тепловую карту, по которой можно понять, какие области города нуждаются в энергии. Все данные методы направлены на массовую энергетическую модернизацию зданий по всему городу, что приведет к повышению энергоэффективности города в целом.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Исследование уровней реализации цифровых двойников города и примеров существующих цифровых систем и продуктов, воплощающих данные идеи, показало, что цифровой двойник города в настоящее время может быть реализован с технической точки зрения следующим образом [5]:

1) точное сопоставление физической модели города с ее цифровым аналогом (цифровой двойник города может предоставить полную картину физических операций в населенном пункте на нескольких уровнях и в нескольких масштабах);

2) анализ и выводы, полученные из цифровой модели города (в цифровом пространстве на основе конвергенции и интеграции данных, собранных в физическом городе, можно анализировать такие факторы, как загруженность города, энергопотребление зданий, городское планирование и т.д.);

3) виртуально-реальное взаимодействие цифрового города с физическим (при создании цифрового двойника физический город обогащается и расширяется в цифровом пространстве);

4) интеллектуальное применение идей цифрового города в физическом городе (в цифровом пространстве платформа цифровых двойников города может отображать состояние городских операций в режиме реального времени).

Воплощение ЦД в виде некоторого продукта (медиа-продукта, платформы, сервиса и др.), представленного для взаимодействия с пользователем, влечет за собой продуманное вовлечение средств коммуникационного дизайна. Функции дизайн-проектирования нагружаются моментами постоянного потока обновляемых данных, собираемых в режиме реального времени. В связи с этим отметим, что дизайн-проект, представляющий ЦД, должен учитывать следующее:

– актуальные и понятные средства навигации и ориентирования, поскольку важно отразить реальное пространство того измерения города, что реализуется в ЦД;

– емкие и адекватные системы индикации с возможностью интерактивного взаимодействия с постоянно обновляемыми данными, возможность легкого и понятного доступа к архиву данных состояний ЦД;

– эргономичность и простоту взаимодействия на разных уровнях;

– сопоставимость разных цифровых двойников одного и того же города. Речь идет и о технической интеграции, и о визуальном соотношении, чтобы не возникли противоречия в представлении города в рамках разных двойников;

– возможность развития двойника в плане пополнения данными, возможность продумать расширения и трансформации визуального пространства двойника.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данного исследования было рассмотрено определение и ключевые компоненты, составляющие ЦД города и примеры реализации, которые существуют на данный момент, а также выявлены существующие уровни воплощения ЦД города в разных странах и городах мира. Конечно, большинство современных городов еще далеки от того, чтобы их можно было назвать «умными». Но процесс развития городов вследствие цифровизации набирает обороты, и важную роль при этом играет эффективность сбора данных о жизни города и формирование на основе их «живых», находящихся в постоянном обновлении цифровых двойников города.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. O'Brien, P. Governing the “ungovernable”? Financialisation and the governance of transport infrastructure in the London “global city-region” / P. O'Brien, A. Pike, J. Tomaney // World Economic Forum. – 2019. – № 132. – P. 185–233.
2. Cocchia, A. Smart and Digital City: A Systematic Literature Review / A. Cocchia // Smart City. – 2014. – № 144. – P. 13–43.
3. Taylor, J. Smart city digital twins / J. Taylor, N. Mohammadi. – DOI: 10.1109/SSCI.2017.8285439 // 2017 IEEE Symposium Series on Computational Intelligence. – 2017. – № 112.
4. Повх, Е. Десять цифровых двойников городов / Е. Повх // РБК : [сайт]. – URL: <https://realty.rbc.ru/news/5e297b079a79478024d54ff6> (access date: 10.11.2022).
5. Yu, X. Digital Twin Cities: Framework and Global Practices / X. Yu, J. Merritt // Progress in Planning : [website]. – URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Digital\\_Twin\\_Cities\\_Framework\\_and\\_Practice\\_2022.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Digital_Twin_Cities_Framework_and_Practice_2022.pdf) (access date: 10.11.2022).
6. Glaessgen, E. The Digital Twin Paradigm for Future NASA and U.S. Air Force Vehicles / E. Glaessgen, D. Stargel // Progress in Planning : [website]. – URL: <https://ntrs.nasa.gov/citations/20120008178> (access date: 10.11.2022).
7. Anticipating the city of tomorrow // 3DS : [website]. – URL: <https://www.3ds.com/about-3ds/corporate-reports/anticipating-city-tomorrow> (access date: 10.11.2022).
8. Музей приходит на дом // Добродата : [сайт]. – URL: <https://www.osp.ru/dobrodata/article/2020-09-07/13055585> (access date: 10.11.2022).

УДК 72.036

### **ФОРМИРОВАНИЕ АРХИТЕКТУРНОГО ОБЛИКА ЗДАНИЯ РЕЧНОГО ВОКЗАЛА г. ОМСКА В ИСТОРИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ 1950-1960-Х ГГ.**

### **FORMATION OF THE ARCHITECTURAL LOOK OF THE RIVER STATION BUILDING THE CITY OF OMSK IN THE HISTORICAL CONTEXT OF THE 1950-1960S.**

**Д. А. Смирнов**

*Новосибирский государственный университет архитектуры,  
дизайна и искусств имени А. Д. Крячкова, г. Новосибирск, Россия*

**D. A. Smirnov**

*Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts, Novosibirsk, Russia*

**Аннотация** – в статье анализируется формирование архитектурного облика здания речного вокзала – памятника архитектуры периода советского модернизма г. Омска 1964 года постройки, выявляются архитектурно-планировочные особенности здания. Актуальность данной темы обусловлена возрастающим интересом архитекторов,



**историков и краеведов, обращенным к теме атрибуции, сохранения и развития модернистского наследия (1960-1980-е).**

***Ключевые слова* – речной вокзал, советский модернизм, архитектурный облик, исторический контекст, атрибуция**

## I. ВВЕДЕНИЕ

В процессе осмысления архитектурного наследия XX века исследователи начинают осознавать масштаб необходимой работы, направленной на ликвидацию забвения ценных архитектурных объектов, построенных в данное столетие. Архитектура – это важный исторический материал для самопознания общества. Однако зачастую объекты, построенные в этот период, не только не становятся национальным достоянием, но и рискуют быть полностью утраченными. Особую важность для популяризации данного наследия приобретает исследовательская деятельность по его выявлению, описанию и атрибуции, что впоследствии может сформировать отношение общества к таким объектам, как к ценным и значимым в архитектурно-художественном и социально-культурном значении.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение процесса формирования архитектурного облика здания речного вокзала. Для достижения цели поставлены следующие задачи: анализ процесса формирования архитектурного облика здания речного вокзала, как на этапе поиска проектной идеи, так и в процессе осуществления строительства – реализации объекта; выявление архитектурно-планировочных особенностей здания речного вокзала – памятника архитектуры периода советского модернизма.

## III. ТЕОРИЯ

В СССР первые стационарные речные вокзалы начали строиться в первой половине тридцатых годов XX века в условиях бурного развития водного транспорта. Речной вокзал в Омске появился ещё в 1934 году и представлял собой два одноэтажных деревянных здания, расположенных на правом берегу Иртыша, ниже устья Оми. С каждым годом функционирования вокзала, с увеличением пассажиропотока курсирующих судов, возрастала и потребность в строительстве нового современного здания.

Планы по строительству нового здания речного вокзала в Омске зародились в начале 1950-х годов. 30 сентября 1954 года состоялось совещание при начальнике Нижне-Иртышского речного пароходства по вопросу размещения здания речного вокзала. Согласно протоколу совещания, для здания вокзала Исполком Омского городского совета депутатов трудящихся отвел земельный участок, находящийся на правом берегу р. Оми, с ориентацией здания по оси Штабной улицы (современная ул. Таубе). Строительство вокзала предполагалось по повторно применяемому проекту Красноярского вокзала, разработанного в Архитектурно-планировочной мастерской при Управлении главного архитектора г. Красноярска в 1949-1952 годах архитекторами А. Н. Голубевым, Н. М. Фельдриной и построенного в 1952 году [1, с. 205].

Участок, отведенный под строительство вокзала в Омске, был отмечен как наиболее приемлемый, как по эксплуатационным условиям, так и по архитектурно-композиционным

характеристикам. Состав помещений вокзала был определен, исходя из требований по устройству в здании гостиницы, вестибюля и трех залов для ожидания пассажиров. Наличие красноярского проекта позволяло начать подготовительные работы по строительству уже в 1954 г.

При этом на совещании одновременно рассматривался вопрос размещения здания речного вокзала на стрелке слияния рек Иртыша и Оми с использованием проекта здания вокзала в г. Казани. Казанский проект в силу отсутствия гостиницы и наличия всего одного зала ожидания был отвергнут в пользу проекта Красноярского вокзала. Вторым камнем преткновения стало состояние берегов Иртыша и Оми на стрелке в связи с необходимостью проведения дорогостоящих гидротехнических мероприятий. Итогом обсуждения стало одобрение комиссией решения Горсовета по размещению здания речного вокзала на правом берегу Оми по проекту Красноярского вокзала [2].

В 1955 году в связи с назначением на пост главного архитектора Омска Б. В. Антипова было согласовано новое архитектурно-планировочное задание на строительство речного вокзала по индивидуальному проекту, составленному архитектором П. И. Круткиным. Участок под размещение вокзала находился на стрелке слияния рек Иртыша и Оми, где первоначально планировалось применить проект Казанского речного вокзала. Здание омского речного вокзала должно было стать ядром целого архитектурного комплекса. В это время проектировались набережные Иртыша и Оми и прилегающая застройка, а также подготавливался заказ на изготовление монументальной скульптуры Ермака на стрелке перед вокзалом.

Заданием на проектирование предписывалось запроектировать здание в едином объеме, определить в перспективе и в макете его расположение, отдаление от водного зеркала и необходимую этажность, предусмотреть наружные галереи для пребывания пассажиров на свежем воздухе. Особое условие перед проектировщиками выдвигалось в части стилистики будущего здания, которое должно было быть решено «в простых формах и хороших пропорциях с минимальным количеством деталей на фасадах» [3]. Это требование говорило о том, что архитектор Круткин, составивший задание на проектирование, датированное 21 декабря 1955 года, учел недавно вышедшее постановление ЦК КПСС и Совета министров СССР от 4 ноября 1955 года № 1871 «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве» [4].

Разработка индивидуального проекта речного вокзала была поручена Ленинградскому отделению проектного института ГИПроречТранс, осуществлявшего проектирование речных портов, вокзалов и гидротехнических сооружений по всему СССР. Архитекторы А. А. Пекарский и С. Л. Михайлов спроектировали здание омского речного вокзала в 1957 году. В том же году они представили эскизный проект вокзала на техническом Совете при главном архитекторе Омска.

Согласно проекту, здание представляло собой крупный общественный комплекс, состоящий из речного вокзала на 500 пассажиров, ресторана на 300 посадочных мест и отдельно стоящего павильона городского сообщения. Доклад по основным решениям, принятым в проекте, сделали главный инженер проекта (далее ГИП) А. А. Долгушев и архитектор А. А. Пекарский, представив при этом несколько проектных вариантов.

Так, например, размещение вокзала на стрелке было отмечено, как правильное. Комиссия оценила ассиметричную конфигурацию здания, определяемую природными условиями местности и характером застройки, но настояла на том, что блок ресторана должен быть выделен в самостоятельный объем по условиям эксплуатации и санитарным требованиям. Кон-

структивные решения проектных вариантов, отмечались как «кривые, многогранные», не отвечающие требованиям индустриализации, значительно усложняющие производство строительных работ. Сложная конфигурация планов пришлась не по нраву членам комиссии ввиду большого количества темных помещений и сложного функционального решения. Плановое и объемно-пространственное решение вокзала было подчеркнуто, как требующее доработки «с учетом оформления стрелки и увязки с застройкой прилегающего района».

Тем не менее, основные положения проекта – размещение вокзала на стрелке слияния рек, включение в его состав обособленного корпуса ресторана, ассиметричное решение основного объема были одобрены и признаны целесообразными [5]. Текстовое и графическое описание проекта не сохранилось, поэтому представление об образе здания вокзала можно составить по замечаниям, оставленным членами градостроительного совета, а также по единственному изображению – перспективному виду здания, опубликованному в монографии В. И. Кочеданова, посвященной г. Омску. Важно отметить, что проект, хотя и был разработан после выхода постановления, но содержал в себе черты сталинского неоклассицизма.

Через год после данного обсуждения состоялось повторное заседание архитектурно-градостроительного совета. Доклад по обновленному проекту сделал ГИП проекта А. А. Долгушев, а также архитекторы Т. П. Садовский и С. А. Михайлов. В сообщении докладчиков отмечалось, что представленный проект включал речной вокзал на 500 человек, гостиницу на 200 человек, ресторан на 350 посадочных мест с двумя банкетными залами и летним кафе, причальный фронт для судов и благоустройство прилегающей площади. Проект был одобрен для дальнейшей разработки с учетом выполнения замечаний: придания входу в ресторан более парадного характера, с улучшением планировки вестибюля; доработки архитектурного решения башни и улучшения ее композиционной связи с ресторанной и вокзальной частью; уменьшения значения архитектурного акцента части гостиницы со стороны входа по оси ул. Лермонтова [6].

Спустя несколько месяцев после градостроительного совета было проведено еще одно обсуждение проекта. ГИП А. А. Долгушев и руководитель архитектурной группы Т. П. Садовский представили на рассмотрение совета графические материалы, перспективы и макет речного вокзала. В этот раз архитекторы уделили большее внимание архитектурно-планировочной композиции здания, технологической связи вокзала с рестораном и гостиницей, а также сформировали архитектурный ансамбль застройки привокзальной площади.

Исходя из природных условий, конфигурации берега, градостроительного фактора Иртыша, который по своему значению и ширине значительно превосходил Омь, а также характера и расположения окружающей застройки, архитекторы приняли решение по размещению основных объемов комплекса вдоль Иртыша, с расположением гостиницы вдоль Оми. На первом этаже вокзала размещались: вестибюль, операционный зал, кассовый зал, помещение матери и ребенка, почта-телеграф, буфет, парикмахерская, комната милиции, курительная. На втором этаже находился зал ожидания с кинобудкой, читальный зал и ресторан на 300 посадочных мест. Гостиница с комнатами длительного отдыха занимала 3-4 этажи и имела самостоятельный вход с привокзальной площади. В межнавигационный период предполагалось, что здание речного вокзала будет использоваться как клуб, в состав которого входил зрительный зал на 350 человек со стационарной киноустановкой.

Технический совет при главном архитекторе Омска высоко оценил проект, отметив правильное градостроительное решение, объемную композицию комплекса и технологиче-

скую схему. Некоторые моменты, требующие доработки, заключались в необходимости увеличения объема зеленых насаждений на площади, упрощения конструктивного решения здания в части уменьшения типоразмеров конструктивных элементов, улучшения объемного решения интерьера кассового зала с отказом от ряда внутренних столбов, а также в доработке решения вестибюля ресторана [7]. Можно лишь догадываться, как выглядел речной вокзал на данном этапе разработки, т.к. проектные материалы не сохранились, но с высокой вероятностью можно определить, что он претерпел значительные изменения по сравнению с вариантом 1957 года и приобрел черты нового стиля – советского модернизма. Вскоре на основе этого варианта была разработана рабочая документация, по которой осуществлялось строительство здания.

Возведение комплекса речного вокзала началось в 1959 году. В первую очередь в 1963 году был построен блок с гостиницей, залами ожидания, часть помещений ресторана. Во вторую очередь в 1964 году завершилось строительство ресторана в составе башни и большого банкетного зала на 100 мест. Павильон пригородного и внутригородского сообщения, задуманный в первоначальном проекте, не был реализован. Отделка фасадов и некоторых помещений, благоустройство привокзальной площади было закончено весной 1965 года. Подрядчиком по строительству комплекса стало строительное управление (СУ-15) треста «Омсктрансстрой».



*Рис. 1. Омский речной вокзал в вечернее время. Pastvu.com.*

Здание получило динамичные фасады, протяженные на 160 метров вдоль Иртыша и на 80 метров вдоль Оми [8, с. 107]. В решении речного фасада получила большое развитие тема галереи. Контрастное сочетание объема ресторана с большой открытой галереей создавало впечатление величественности, усиливающейся применением большого количества остекленных поверхностей (рис. 1). Горизонтальные фасады разделялись постановкой вертикальной навигационной вышки, которая венчала пластичный объем лестничной клетки, навевающей образ корабельного сооружения [9]. На фасаде, выходящем на привокзальную площадь, появился выступающий объем в виде входного портала со сквозным витражом, открывающим вид на акваторию Иртыша, что являлось одним из характерных приемов советского модернизма – взаимодействие интерьера с экстерьером. Идея проницаемости пространства также поддерживалась размещением арочных проемов между стыковкой объемов блока вокзала и ресторана. У главного входа в здание было размещено каменное панно со схемой территории Иртышского речного пароходства.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проведенное исследование показало сложность, неординарность процесса формирования архитектурного облика здания речного вокзала, на который повлияло несколько исторических фактов. Среди них можно выделить:

1. Увеличение пассажиропотока речного транспорта и ветхость старого вокзала в 1930-1950-е годы, что потребовало возведения нового здания;

2. Выход постановления № 1871 «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве», которое определило характер советской архитектуры на последующие десятилетия, что, безусловно, отразилось в облике здания речного вокзала.

3. Этапность в принятии и согласовании проектных решений (проект рассматривался на нескольких архитектурно-градостроительных советах), что давало местным архитекторам значительную возможность повлиять на принятые в проекте объемно-пространственные и архитектурные решения.

Речной вокзал стал образцовым зданием, отражающим архитектурные принципы, советского модернизма, среди которых можно выделить: большое количество остекления, комплексный, градостроительный подход в проектировании, применение монументально-декоративных средств выразительности, динамичность архитектурного образа, взаимосвязь интерьера с экстерьером.

#### V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования позволяют успешно транслировать принцип историзма применительно к научным проблемам в области атрибуции, сохранения и развития модернистского наследия (1960-1980-е). На примере анализа процесса формирования архитектурного облика здания речного вокзала Омска были отражены исторические факты, повлиявшие на конечное архитектурно-планировочное решение данного сооружения. Часть этих событий, например, выход постановления № 1871 можно рассматривать во взаимосвязи с формированием и других зданий Омска, проектирование или строительство которых хронологически совпало с принятием постановления. Выявленные в статье архитектурно-планировочные особенности здания речного вокзала могут помочь исследователям в атрибуции объектов модернистского наследия.

#### VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данного исследования был проанализирован процесс формирования архитектурного облика здания речного вокзала Омска, который был рассмотрен с применением принципа историзма, позволяющего определить взаимосвязь конкретных исторических событий, повлиявших на объект исследования. Также в статье были выявлены архитектурно-планировочные особенности здания речного вокзала, как представителя наследия советского модернизма Омска. Сделан вывод о значимости данного сооружения для Омска.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузеванов, В. С. Сибирские архитекторы в 1930-е–1950-е гг.: профессиональная деятельность, социальные институты и повседневные практики (на материалах Омска и Новосибирска) : дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / В. С. Кузеванов. – Омск, 2016. – 272 с.

2. ГИАОО. Ф. Р-477. Оп. 1. Д. 71. Л. 32-33.
3. ГИАОО. Ф. Р-477. Оп. 2. Д. 296. Л. 51-55.
4. Об устранении излишеств в проектировании и строительстве : Постановление Центрального Комитета КПСС и Совета Министров СССР от 4 ноября 1955 года № 1871 // Sovarch.ru : сайт. – URL: <http://sovarch.ru/postanovlenie55/> (дата обращения 09.11.2022).
5. ГИАОО. Ф. Р-477. Оп. 1. Д. 243. Л. 25-27.
6. ГИАОО. Ф. Р-477. Оп. 1. Д. 306. Л. 143-146.
7. ГИАОО. Ф. Р-477. Оп. 1. Д. 306. Л. 273-281.
8. Кочедамов, В. И. Омск. Как рос и строился город / В. И. Кочедамов. – Омск : Кн. изд-во, 1960. – 112 с.
9. Денисов, М. Какой должна быть архитектура речных вокзалов? / М. Денисов // Архитектура СССР. – 1982. – № 3. – С. 29–32.

УДК 069

## КАК МЫ СТРОИЛИ ГОРОД

### HOW WE BUILD THE CITY

**С. Г. Шевченко**

*Омское отделение Союза архитекторов России,  
Союз архитекторов России, Омск, Россия*

**S. G. Shevchenko**

*Omsk branch of the Union of Architects of Russia,  
Union of Architects of Russia, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассказывается о проектной деятельности архитекторов Омска в 1970-1980-е годы. Автор акцентирует внимание на деятельности института «Омскгражданпроект» при проектировании новых микрорайонов Левобережной части города. Отмечаются значимые объекты городской среды, называются имена авторов проектов. Кратко раскрываются стратегические градостроительные концепции, определяются оставшиеся проблемы. Приведены воспоминания о Сатирическом театре омских проектировщиков.

**Ключевые слова** – Омск, архитектура, генеральный план, «Омскгражданпроект»

## I. ВВЕДЕНИЕ

Левобережье. Начало 1970-х. Московским институтом «Гипрогор» несколько лет разрабатывался Генеральный план Омска, а в 1970 году он был утвержден Советом Министров РСФСР. По прогнозу Генплана Омск должен был стать городом-миллионником, и в 1975 году родился миллионный житель Омска.

Изначально город имел протяженную линейную структуру по правому берегу Иртыша – от Порт-Артура до городка Нефтяников. Генпланом было заложено активное освоение Левобережья, где планировалось проживание почти полмиллиона человек. Строились грандиозные планы на 30 лет вперед: был предложен вынос аэропорта в район Федоровки и освоение освобожденной территории; дано обоснование в необходимости строительства Омского метрополитена; были заложены новые мосты через Иртыш, новые парки и скверы.

На единственный проектный институт «Омскгражданпроект» ложилась огромная нагрузка по разработке проектной документации, но специалистов-проектировщиков было мало, в том числе архитекторов, с которых начинается любой проектный процесс. Горисполком вместе с директором института Владимиром Семеновичем Прокопенко срочно принимают решение: пригласить в Омск выпускников архитектурных ВУЗов с предоставлением жилья.

В 1973 году из Новосибирска по распределению прибыли молодые архитекторы Виктор и Светлана Шевченко, Александр и Светлана Гаценко, из Львова – архитекторы Богдан Мрыглод и Сергей Москалюк, из Ленинграда – архитектор Лариса Маслова. Затем появились специалисты из Свердловска, Фрунзе, Самарканда. Кадровый потенциал института «Омскгражданпроект» быстро набирал обороты. Насчитывая более 800 сотрудников к концу 1970-х годов, институт стал одним из самых крупных в стране. Инженеров-конструкторов и других специалистов-проектировщиков готовил, в основном, Сибирский автомобильно-дорожный институт (СибАДИ) (рис. 1).



*Рис. 1. Сотрудники Сибирского автомобильно-дорожного института. 1970-е*

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Что мы увидели в 1973 году на Левобережье? Необъятное чистое поле с редкими деревьями и первые два строящихся пятиэтажных дома в будущем микрорайоне №3. Все проектировщики сразу же включились в активную работу.

Меня до сих пор поражает то, что как только начиналось строительство первых микрорайонов, мы приступали к проектированию социальных объектов: я – роддома, Михаил Проскурнин – многопрофильной больницы (сегодня больницы им. Кабанова). За основу принимались, конечно, типовые проекты, но нам хотелось их индивидуализировать, и мы дорабатывали планировку, фасады, интерьеры. Почти одновременно архитекторами Борисом Татариновым, Светланой Шевченко, Богданом Мрыглодом, Александром Гаценко разрабатывались проекты целого ряда микрорайонов Левобережья (№6, №10, №11, №12 соответственно). И все строилось практически с листа! Сейчас это удивительно, но вместе с жили-

ми 5, 9, 12 и 14-этажными домами возводились детские сады, школы, торговые объекты. Да, микрорайоны строились в соответствии с типовыми сериями крупнопанельного домостроения, но нам хотелось улучшить фасады, найти интересное планировочное решение застройки. К примеру, в микрорайоне «Тополиный» (№10) планировочная структура виделась мне как дерево: основная пешеходная связь – ствол, второстепенные подходы к жилым группам – ветви. А в основе – корень, где при входе с бульвара Архитекторов расположен сквер с торговым комплексом, школой и спорткомплексом. Проектируя микрорайоны №1-2 (ул. Лукашевича – Волгоградская), мы бережно сохраняли внутри существующие березовые колки.

### III. ТЕОРИЯ

И это было только началом освоения Левобережья. В середине 1980-х объемы строительства жилья в Омске достигли почти 1 млн. кв. метров в год. Тогда в мастерской №8 под руководством Анатолия Генриховича Тиля была разработана своя Омская серия крупнопанельных жилых домов (ОКПС).

Справедливо отметить и председателей Горисполкома этого периода. Люди крайне неравнодушные к развитию города, они были энтузиастами своего дела: Иван Федорович Литвинчев сам проводил планерки при строительстве роддома, Юрий Яковлевич Глебов постоянно приходил в институт, отслеживая ход проектирования, и глубоко вникал в вопросы инженерного обеспечения будущих площадок для жилья, когда разрабатывался «Проект размещения жилищного строительства в городе Омске до 2000 года».



*а*

*б*

*в*

Рис. 2. Крупнейшие архитектурные проекты в Омске 1980-1990-х годов:  
*а* – Д. Лурье и др. Омский музыкальный театр. 1982; *б* – Ю. Земцов, Ю. Зайченко, В. Паровышник. Торговый центр «Омский». 1984; *в* – Ю. Захаров, Г. Наричина. Омская государственная научная библиотека им. А. С. Пушкина. 1980-е-1995

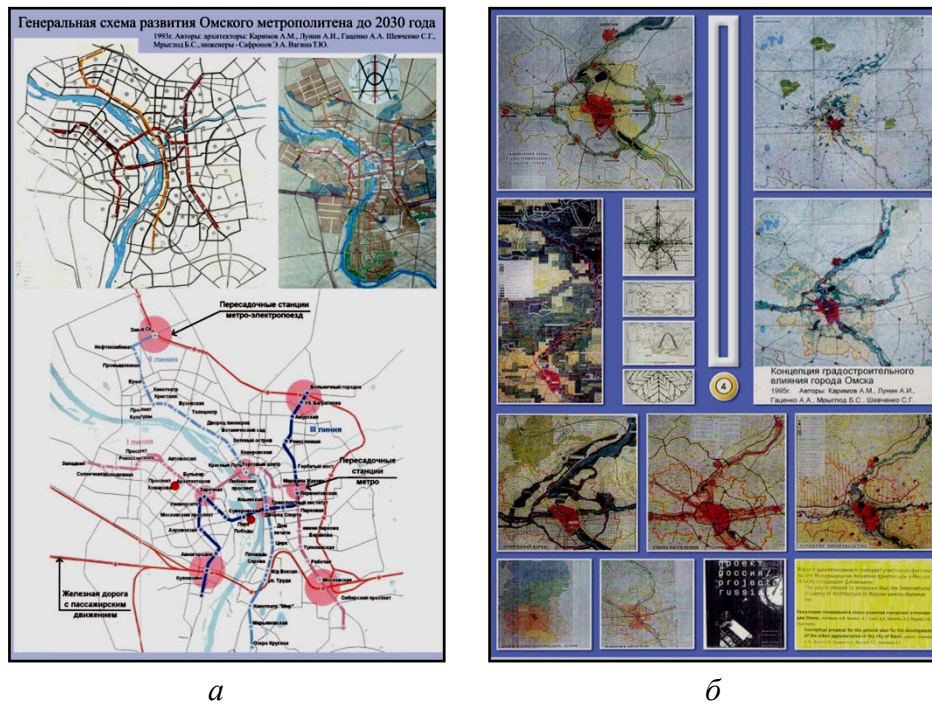
Архитектурный облик Омска стремительно менялся. Строились Дворцы культуры – «Химик», имени Козицкого, «Звёздный» (арх. Виктор Шевченко), высотное административное здание по ул. Красный Путь, 5 (арх. Геннадий Чиркин), цирк (арх. Юрий Захаров, Анатолий Лунин, Анвербек Юмакаев), торговый центр «Омский» (арх. Юрий Земцов, Юрий Зайченко, Владимир Паровышник, рис. 2а), Музыкальный театр (арх. Дмитрий Лурье и др., рис. 2б).

А в 1980-х годах по проекту архитекторов Юрия Захарова и Галины Наричиной Трест №1 начинает возводить здание научной библиотеки имени А. С. Пушкина (рис. 2в), на открытие которой в апреле 1995 приезжал президент РФ Б. Н. Ельцин.



**Стратегические градостроительные концепции.** В 1975 году главным архитектором Омска был назначен Альберт Миниханович Каримов. Но только гораздо позднее мы осознали масштаб этой неординарной личности. Вроде бы 30 лет был чиновником, но всегда оставался творцом. Закономерно, что он стал Заслуженным архитектором РФ, академиком Российской академии архитектуры и строительных наук (РААСН).

Уже в 1980-х А.М. Каримов объединил коллектив архитекторов-градостроителей (А. Лунин, А. Гаценко, Б. Мрыглод, С. Шевченко) – так называемый «творческий подвал» в Главном архитектурно-планировочном управлении (ГлавАПУ), где появились важные стратегические разработки. Сначала была определена концепция Омского метрополитена с учетом развития города и анализа мест массового тяготения населения. Концепция градостроительного влияния города Омска (Омская агломерация), решающая задачи формирования взаимоувязанной системы расселения пригородных зон и предлагающая транспортную и социально-экологическую модель Омского региона, была награждена золотой медалью Международной академии архитектуры в Москве. Жаль, что эта стратегия не нашла своего отражения в последующих утвержденных градостроительных документах (рис. 3а, 3б).



*Рис. 3. Стратегические разработки Главного архитектурно-планировочного управления 1980-1990-х годов:*

- а – Генеральная схема развития Омского метрополитена до 2030 года. 1993;*
- б – концепция градостроительного влияния города Омска. 1995*

#### IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Оставшиеся проблемы.** В эти годы застраивалось не только Левобережье. Возводились микрорайоны по ул. Труда и на Московке. Телевизионный завод по проекту строил микрорайон «Радуга» (арх. С. Шевченко), предприятия Восточного промышленного узла – микрорайоны в поселках Чкаловский и Кордный. Но при таком активном строительстве жилья, к сожалению, отставало строительство дорог и общегородских магистралей.

Надо отметить, что новый Генплан Омска 2007 года был в значительной мере преемником предыдущего. В нем заключались наши надежды, перспективы развития города на 25 лет. Мы ведь строили город не в «чистом поле»: нужно было сохранить историческую основу, но осуществлять и движение в будущее.

В связи с активной застройкой пойменной территории Левобережья считаю необходимым поделиться следующей информацией. При разработке проекта планировки этой территории мне пришлось участвовать в совещании, проводимом двумя Московскими институтами – «Гипрогор» и «Коммунпроект», последний занимался исследованием грунтов на территории нашего города. «Коммунпроект» предупредил, что нужно до начала любого строительства внимательно относиться к подготовке территории с учетом инженерных изысканий. Особенно это касается старицы реки Замарайка – естественной дрены поймы. Институт настойчиво предлагал сохранить ее, забетонировать берега, либо «заложить в трубу». Специалисты говорили, что грунты здесь крайне неоднородные и коварные. Зная эту информацию, я считаю, что и спорткомплекс «Арена-Омск», проект которого в то время разрабатывали проектировщики из Австрии, стал разрушаться уже потому, что не было глубокого изучения этой проблемы и необходимой инженерной подготовки (рис. 4).



*Рис. 4.* С. Г. Шевченко, Е. М. Фиалкова  
Проект детальной планировки прибрежной планировки  
II планировочного района Левобережья г. Омска. 1985

Ещё испытываю горечь в связи с проблемами реализации проекта микрорайона «Полет» по ул. 3-я Транспортная (территория бывшего 22-го военного городка). Там было предусмотрено все необходимое для комфортного проживания: школа и детский сад, объекты обслуживания, зеленая пешеходная аллея. Но вопреки проектному решению на месте школы появились точечные многоэтажные дома, а единственная в этом районе школа № 88 закрылась в связи с ее аварийным состоянием (рис. 5).



Рис. 5. Проект застройки жилого комплекса «Полет»

Мне также жаль, что утрачены надежды на продолжение строительства Омского метро. У наших соседей, городов-миллионников Новосибирска и Екатеринбурга, метро есть, и есть планы дальнейшего его развития. В Омске же крупные промышленные территории – Северный промузел (Нефтезавод, завод СК) и Восточный промузел (завод «Полет», завод имени Баранова и др.), где сегодня самое большое количество рабочих мест, да и Левобережье, практически жилой (спальный) район, остались без ветки метро. Не думаю, что состояние движения на основных магистралях города с постоянными «пробками» спасут трамвайные пути и велосипедные дорожки...

**«Надежда – мой компас земной».** Возвращаясь к годам активного строительства в Омске, хочу отметить, что мы – архитекторы жили в счастливое для нашей профессии время. Творческой работы было непочатый край, но мы умели и отдыхать, в стенах «Омскгражданпроекта» родился и наш театр «СТОП» (Сатирический театр омских проектировщиков), который организовал талантливый актер Омского Музыкального театра Владимир Миллер – сегодня режиссер, заслуженный артист Российской Федерации (рис. 8). Да, в тот период строили дома по типовым сериям; и мы шутили пели куплеты, заключая их строчками:

«...Когда-нибудь нам скажут хмуро,  
И не поверится самим,  
Что, наконец, нужна Архитектура –  
Одна на всех, мы за ценой не постоим!»



Рис. 6. Выступление Сатирического театра омских проектировщиков

Сегодня все пришло к тому, что в Градостроительном кодексе нет слова «архитектура». И разрабатывать проектную документацию можно без участия архитектора. Так и не появился закон «Об архитектурной деятельности в РФ», который усилил бы роль архитектора на законодательном уровне.

В Омске на данный момент нет и «дирижера» – главного архитектора города.

Но рано или поздно все равно придет понимание, что без этой профессии архитектурный облик города может серьезно пострадать. Известно, что архитектура воспитывает культурный уровень человека. И мы верим, что в Омске появятся объекты, достойные славного исторического наследия, и омичи смогут гордиться архитектурой своего города.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трутнев, Л. В. Семьдесят лет созидания. Омскгражданпроект / Л. Е. Трутнев; фот. В. Ф. Кудринского и др. – Омск: Омскбланкиздат, 2005. – 163 с.

УДК 721

### **ЗНАЧЕНИЕ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ САЛОНОВ**

#### **THE VALUE OF INDIVIDUALIZATION IN DESIGN OF CAR INTERIORS**

**Ю. В. Шмалюк**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**Y. V. Shmalyuk**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассматривается значимость и необходимость работы над проектированием автомобильных салонов. Проводится сравнение автосалонов, построенных по типовым и индивидуальным проектам в России и за рубежом. Сделаны выводы о важности индивидуального подхода в проектировании автомобильных салонов

**Ключевые слова** – городская среда, проектирование автомобильных комплексов

#### I. ВВЕДЕНИЕ

Автомобильный рынок с каждым годом набирает обороты. Открываются все новые и новые автосалоны, создавая огромную конкуренцию. Дизайн-проекты подобного рода сооружений в большей степени ориентированы на серийное производство и создание типовых архитектурных решений. Превалирует лаконичная прямоугольная форма здания с панорамными окнами; как правило, интерьер оформляется в светлых тонах с включением деталей,

определяющих бренд реализуемой продукции. Но уже существующие автосалоны готовы на кардинальные изменения в индивидуальном дизайне, содействующем расширению возможностей по привлечению клиентов. Именно такие проекты способны стать украшением наших городов, при этом привлекая новых покупателей и расширяя клиентскую базу автомобильного бизнеса. Каждый владелец вкладывает средства для максимального привлечения внимания к компании и для того, чтобы выделиться среди большого количества конкурентов на рынке автомобильных услуг. Бизнесмены обращаются к дизайнерам с целью индивидуализации собственного автомобильного комплекса, создавая среду, которая будет не только отвечать необходимым функциональным требованиям, но и выделяться своим креативом [1, с. 23]. Задача дизайнера состоит в том, чтобы найти оптимальное решение с учетом индивидуального подхода в решении внутреннего и внешнего оформления салона.

Автосалон можно назвать одним из самых сложных объектов для проектирования. Дизайнерам приходится изучить рынок автомобильных комплексов, параметры здания, бренд, работать вместе с руководством, а также с маркетологами для создания успешной концепции заведения.

Целью данной работы является попытка найти и проанализировать взаимосвязь между конкурентными преимуществами и дизайном. Для достижения данной цели необходимо изучить авторские концепции в дизайн разработках отечественных и зарубежных автомобильных салонов.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для достижения цели исследования были поставлены следующие основные задачи: рассмотреть примеры концептуальных решений в сфере автомобильных комплексов; изучить авторские разработки и выполнить сравнительный анализ внешнего облика автосалона; выявить преимущества и недочеты типовых модульных павильонов и индивидуальных проектов.

## III. ТЕОРИЯ

Рассматривая современные автомобильные салоны, чаще всего можно увидеть однообразные, типовые модульные постройки. В лучшем случае они будут нейтральными, не противоречащими облику окружающей городской среды. Но наряду с ними встречаются однотипные, серые, массивные автомобильные комплексы, которые обезличивают город, закрывая собой как городскую архитектуру, так и природный ландшафт (рис. 1).



Рис. 1. Примеры типового модульного проекта автомобильного салона. Омск, Россия

В настоящее время появилась тенденция обращения владельцев автомобильных салонов к индивидуальному проектированию. Некоторые автомобильные комплексы, построенные к примеру, в России и Японии, могут претендовать на статус объектов строительного искусства. Эту архитектуру стоит рассматривать не только как функциональный объект, но и как общественно-выставочное пространство, место для общения людей, интересующихся определенной тематикой.

Отдельные автосалоны были созданы всемирно известными дизайнерами, так, например, Масамичи Катаяма разработал проект в Японии *Intersect by Lexus*, концепция которого заключалась в создании универсального комфортного пространства, побуждающего людей не только знакомиться с брендом Lexus, но и общаться друг с другом. Исполнительный вице-президент Lexus International М. Темплин так отозвался о проекте японского дизайнера: «Подобные пространства вдохновляют людей на встречи и налаживание связей. Это будет место, где каждый откроет для себя что-то новое и интересное» [2].

Автомобильный комплекс *Intersect by Lexus* в Японии – современное трехэтажное здание из стекла с просторными помещениями, где расположены кафе, галерея «гараж», посвященная автопрому выставочный зал с демонстрацией товара [3]. Внешний облик здания отлично выделяется и дополняет архитектуру города (рис.2).



*Рис. 2. Масамичи Катаяма, Автомобильный комплекс Intersect by Lexus ). Япония*

Рассмотрим дилерский центр Mercedes-Benz «Авилон», расположенном в цехе ЗИЛа, легендарном для любителей автомобильной истории месте. Здесь проектировались новые и дорабатывались существующие модели автогиганта. Над сложной высокотехнологичной реконструкцией трудилось архитектурное бюро компании «АВИЛОН», бюро Merz&Merz и Kleinewelt Architekten.

Перед началом работ Международная команда экспертов в течение шести месяцев изучала чертежи здания. При разработке проекта перед архитекторами стоял вопрос создания концепции, отвечающей строгим требованиям марки. Работа проводилась согласно последним тенденциям архитектурного искусства при сохранении существующих фасадов здания, стиля и эстетики позднего конструктивизма 1930-х годов [4].

Панорамное остекление позволяет увидеть пронизывающую здание структуру, сформированную из усеченных конусов, которые образуют в интерьере центры притяжения и внимания гостей автосалона (рис. 3). Достичь эффектного внешнего вида удалось с помощью самых крупных в российском строительстве стеклянных панелей.



Рис. 3. Дилерский центр Mercedes-Benz «Авилон». Москва, Россия

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Изучив рынок современных автомобильных комплексов и предложения архитекторов и дизайнеров, работающих над индивидуальными проектными решениями, с большой вероятностью можно сказать, что здесь преобладают предложения по быстровозводимым постройкам. Преимущества типовых проектов модульных автосалонов – это относительно невысокая стоимость и кратчайший срок возведения здания. Но они имеют и свои недостатки – отсутствие оригинального архитектурного решения и внешней привлекательности, что не отвечает престижности такого предприятия и, как следствие, способно привести к снижению уровня конкурентоспособности.

Большинство городов в мире заполнены однотипными автомобильными комплексами. Такие проекты разрабатываются без особого учета индивидуального подхода к тому месту, где будет возводиться комплекс. Авторские концептуально-креативные проекты, безусловно, имеют наиболее высокую стоимость, но именно они становятся современными архитектурными произведениями, которые придают особый колорит имиджу городского пространства.

#### V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Исследование показало, что большинство автомобильных комплексов возводятся в рамках массового быстровозводимого, типового производства, однако, авторские проекты становятся в наше время все более востребованными.

#### VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вероятно, каждый из нас слышал фразу: «автомобиль – это не роскошь, а средство передвижения», но какое шикарное средство передвижения! И то, где мы приобретаем автомобиль, является немаловажным фактором. Первое впечатление производит на человека экстерьер, затем интерьер, а потом уже товар [5].

Очевидно, что в наше время каждый владелец автосалона все чаще предпочитает индивидуальный проект типовому. Потребители устали от серых, однообразных зданий автомобильных комплексов.

Важность дизайна в жизни уже ощутили многие. Главная задача – привлечь как можно большее внимание покупателей. В серых буднях необходим тот яркий акцент, который останется в сознании надолго. Автосалон, который представляет собой современное комплексное архитектурное решение, вызывает у человека чувство интереса и доверия к компании – соответственно, очень важно, чтобы автосалон имел вид престижного и надежного предприятия.

Научный руководитель: доцент кафедры «Дизайн» Алгазина Н. В.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Владимирова, Е. Ф. Интерьер и оборудование / Е. Ф. Владимирова. – Тольятти : ТГУ, 2011. – 56 с.
2. Автосалоны, новости в мире дизайна // Карсвик.ru : [сайт]. – URL:<https://carsweek.ru> (дата обращения 19.02.2022).
3. Автосалон марки «LEXUS» // Фасаднюс.ru : [сайт]. – URL: <https://fasadnews.ru/salon-marki-lexus/> (дата обращения: 20.02.2022).
4. Выставочное пространство автосалона // Арчи.ru : [сайт]. – URL : <https://archi.ru/tech/86648/sovremennye-avtosalony-prostranstvo-emocii-yarkogo-sveta-i-voploscheniya-mechty> (дата обращения 10.02.2022).
5. Экстерьер зданий разного назначения // Фасад-проджект.ru : [сайт]. – URL: <http://www.facade-project.ru/> (дата обращения: 03.02.2022).

УДК 7.021.23

### **АНАЛИЗ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ДОСТУПНЫХ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ АРХИТЕКТУРНЫХ МАКЕТОВ**

### **ANALYSIS OF ADDITIVE TECHNOLOGIES AVAILABLE FOR THE IMPLEMENTATION OF ARCHITECTURAL LAYOUTS**

**С. А. Щеглов, А. В. Голунов**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**S. A. Shcheglov, A. V. Golunov**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассматриваются вопросы 3D прототипирования для промышленного дизайна. Проведен анализ преимуществ и недостатков современных аддитивных технологий. Представлены примеры построения архитектурных макетов средствами трехмерной печати по технологии форматного фотополимерного построения



(DLP) и по технологии селективного распределения связующего по мелкодисперсному гипсополимерному основанию (CJP). В статье сравнивается ряд технологических особенностей построения трехмерных объектов, что в свою очередь определяет конечный выбор способа трехмерной печати.

**Ключевые слова** – 3D печать, методы трёхмерного прототипирования, аддитивные технологии CJP, DLP, LCD, графический дизайн.

## I. ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день проектирование архитектурных объектов полностью переместилось в цифровой формат. С помощью 3D-принтеров стало возможным создавать вещественные макеты различных зданий, а это важно не только для презентаций, но и для тестирования и других важных процедур.

Можно утверждать, что архитектурные фирмы больше всего выигрывают от преимуществ, которые дает 3D-печать с точки зрения скорости, детализации, стоимости и эффективности. 3D-печать нашла применение на многих этапах жизненного цикла строительства и архитектуры.

### **Этапы создания архитектурной модели:**

- Создание 3D-модели с помощью программного обеспечения для автоматизированного проектирования;
- Подготовка к 3D-печати модели;
- Загрузка модели в программное обеспечение слайсера на принтере;
- Распечатка дизайна.

Рассмотрим ключевые особенности имеющихся в нашем распоряжении методов трехмерного прототипирования. Трехмерные модели и объекты создаются с помощью 3D-печати из цифровых файлов. Частый пример их использования – создание макетов зданий для визуальной оценки. Трехмерное моделирование – это процесс создания виртуального трехмерного объекта, который может использоваться для разных целей. Разработка трехмерных копий изделий необходима в дизайне, архитектуре и строительстве. Этот процесс известен как аддитивное производство.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Архитектурное макетирование – это древнее искусство, востребованное по сей день и ничуть не утратившее своей популярности. Вопрос детального представления идей и концепций с наиболее выгодной стороны остается открытым для каждого дизайнера. Конечно, сегодня архитектурный макет очень просто изготовить и визуализировать в программе для 3D моделирования. Безусловно, это зрелищно и наглядно демонстрирует замысел проектировщика.

При грамотном выполнении в объеме, с соблюдением пропорций, покраской и проработкой всех мелких деталей, готовый архитектурный макет произведет гораздо большее впечатление, чем простые «рендеры» 3D модели.

- На 3D принтере можно распечатать модель за несколько часов;
- Расход на 3D пластик при автоматическом воспроизведении 3D моделей ничтожен в сравнении с производством архитектурных макетов вручную;

- С экрана компьютера модель обретает объем на платформе 3D принтера;
- Практически все виды материалов для 3D печати легко подвергаются дополнительной обработке (шлифовке, покраске и т.д.);
- Раскрасив 3D модель в программе, при выборе 3D печати полноцветным гипсом можно получить готовый архитектурный макет, не требующий проведения никаких дополнительных манипуляций.

Целью данного исследования является анализ доступных для архитектурного макетирования технологии трехмерной печати.

### III. ТЕОРИЯ

**CJP (color jet printing, цветная струйная печать)** – единственная технология, позволяющая получить цветную модель. Технология заключается в склеивании специального порошка, который наносится ровным слоем по всему периметру печати. В итоге получается полностью заполненный порошком объем принтера, в котором находится послойно склеенная деталь. Такая аддитивная технология имеет ряд преимуществ – геометрия может быть любой, поддержки не нужны, Нет искажений формы и усадки, т.к. материал не нагревается.

CJP – это технология аддитивного производства, состоящая из двух основных компонентов: основного материала и связующего. Основной материал распределяется тонкими слоями по рабочей платформе с помощью валика. После нанесения каждого слоя цветное связующее вещество выборочно выбрасывается из струйных печатающих головок, вызывая затвердевание сердцевин. Платформа сборки опускается, позволяя распределить и распечатать каждый последующий слой, в результате чего получается полноцветная трехмерная модель. Эта технология рекомендуется для изготовления архитектурных, демонстрационных и концептуальных моделей.

Цветной 3D-принтер Z450 печатает со скоростью до 28 мм/час, с высокой точностью, обладает возможностью передачи палитры CMY. Небольшие габаритные размеры, а также бесшумная работа делают возможным его установку в любом помещении.

Для печати прототипов Z450 использует высококачественный композитный материал ZP-150 и многоцветный связующий состав, который передает цветовой охват 139165 ед. ( $\Delta E00$ )<sup>3</sup>, что составляет около 15% цветов доступных в графическом редакторе. 3D-принтер обеспечивает разрешение печати с минимальным размером элемента всего до 0,1мм. Это позволяет печатать высокдетализированные модели – яркие и наглядные предметы с отличными физическими свойствами. Готовым изделиям можно придать дополнительные свойства (прочность, блеск, водостойкость) благодаря несложной пост-обработке (рис. 1).

Работа по созданию прототипа начинается в программе 3DPrint. Программа разработана специально для принтеров Z450 и включает в себя широкий набор инструментов для взаимодействия между принтером и человеком. Программа работает с форматами 3DS, BLD, FBX, PLY, STL, SFX, VRML, ZBD, ZCP, ZPR.

На рабочую платформу (на которой будет происходить построение объекта) наносится слой порошка, соответствующий высоте первого слоя (обычно все слои модели равны по высоте). Порошок выравнивается валиком, излишки удаляются. Далее на участки материала, соответствующие сечению первого слоя, при помощи печатающей головки подается связующее вещество. Далее рабочая платформа опускается вниз на высоту одного слоя и покрывается новой порцией материала. Связующее вещество подается на участки, соответствующие второму слою. Все этапы повторяются до полного построения объекта [1, 2, 3].



*Рис. 1.* Фрагмент архитектурного макета, выполненного на 3D-принтере Z450

**Метод стереолитографической 3D-печати – DLP (Digital Light Processing)** – использует цифровые светодиодные проекторы, позволяя снижать себестоимость устройств. 3D принтер Sonic Mega 8K – это первый в мире 3D принтер с разрешением 8K. В прошлом печать больших моделей означала снижение качества печати или создание одного большого изделия из отдельных напечатанных частей. Sonic Mega 8K снимает эти ограничения и позволяет печатать действительно крупные модели целиком с отличным качеством, от размещения на печатном столе 1000 небольших фигурок до создания статуй с высотой до 40 см. [4, 5].

Модель выходит не полностью застывшей, ее моют в изопропиловом спирте, сушат, потом выдерживают в ультрафиолетовой камере для окончательного затвердевания и т.д. Материал поддержки выламывается механически (вручную).

Технология стереолитографии работает следующим образом: в качестве «строительного материала» используются не порошки, а фотополимеры в жидком состоянии. В емкость с жидким фотополимером помещается платформа, на которой осуществляется «выращивание» прототипа.

Жидкий фотополимер отверждается УФ излучением. Платформа движется постепенно, спускаясь и поднимаясь, как бы «вытаскивая» прототип из жидкой смолы.

Фотополимеры представляют собой вещества, которые изменяют свои свойства под действием ультрафиолетового света. В обычном состоянии они характеризуются податливостью, но под действием ультрафиолетовых лучей приобретают прочность. Длительность облучения и длина волны устанавливаются в зависимости от материала для принтера, размеров выращиваемого изделия и окружающих условий.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Опыт работы применения технологий DLP и CJP при изготовлении архитектурных макетов показал, что 3D-печать позволяет снизить издержки, а также сроки изготовления архитектурного макета. При этом качество таких макетов гораздо выше, чем у макетов, изготовленных традиционными способами (рис. 2).

##### **Преимущества стереолитографии:**

- Возможность построения моделей сложной формы и структуры (в том числе тонокостенных изделий и мельчайших деталей);

- Самая высокая прочность моделей и один из лучших показателей точности;
- Поверхность изделия имеет идеальное качество;
- Напечатанный прототип можно использовать как готовый продукт за счет свойств, применяемых фотополимеров;

- Несложная постобработка;
- Низкий уровень шума принтера.

#### **Преимущества СДП (цветной струйной печати):**

• Создание изделий со сложной геометрией. Отсутствие необходимости в поддержках значительно расширяет возможности методики, позволяя создавать модели сложной геометрической формы;

• Высокая точность печати. Высота слоя в СДП 3D принтерах стартует от 100 микрон, а в некоторых продвинутых моделях и того меньше. За счет этого методике открыты двери в мир создания детализированных прототипов;

• Возможность изготовления разноцветных моделей. Именно технология печати СДП работает с разноцветным гипсом, хорошо известным в качестве материала для изготовления миниатюрных фигурок людей и животных. И это лишь часть ее возможностей;

• Большой выбор расходных материалов. Сегодня на рынке доступно огромное количество порошка для СДП 3D печати;

• Возможность повторного использования расходного материала. Как и в других технологиях печати, где в качестве материала используются порошки, все неиспользованное сырье подлежит повторному применению, что снижает расходы на производство;

• Высокая скорость 3D печати. Макет, состоящий из трех-четырех цветов, будет изготовлен на СДП 3D принтере всего за несколько часов.

#### **Недостатки:**

• Низкая прочность. Применение связующего вещества для формирования модели из порошка не является лучшим способом получения прочных моделей. Нередко готовые изделия приходится дополнительно обрабатывать специальными веществами.

• Нужна вытяжка. В основном она необходима при работе с мелким гипсовым порошком, т.к. при извлечении и обработке готового изделия остается немало гипсовой пыли.



*Рис. 2. Е. Н. Семенов. Здание Управления НКВД. Омск. 1935. Макет здания на основе архивных материалов в масштабе 1:75 с использованием технологии 3D-печати*

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Для создания цветных детализированных макетов используются принтеры, которые печатают гипсополимером, например, Z 450, с их помощью можно получить полноцветную модель, которая не будет требовать постобработки и покраски. Однако прочность конструкции без поверхностной проклейки будет низкой, что снизит эксплуатационные характеристики макета и может привести к деформации при транспортировке и других операциях с макетом. Также отсутствие черного цвета в цветовой схеме не позволяет получить высокую контрастность окраски поверхности макета, и снижать общий цветовой охват принтера [6].

Для построения более прочных макетов необходимо использовать принцип фотополимерной печати по технологии LCD, что позволит выстроить лучшее соотношение эксплуатационных параметров макета и более широкий перечень применяемых материалов, однако при использовании данного принципа не получится получить за один производственный цикл окрашенную модель, что добавит отдельную операцию по окраске поверхности макета.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Трехмерная печать является цифровым способом создания объемных малогабаритных объектов. Для которого характерны ключевые достоинства и недостатки цифровых технологий. Однако в нише архитектурного макетирования технологии трехмерной печати являются надежным технологическим решением.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шкуро, А. Е. Технологии и материалы 3D-печати : учеб. пособие / А. Е. Шкуро, П. С. Кривоногов. – Екатеринбург : Урал. гос. лесотехн. ун-т, 2017. – 101 с.
2. Gibson, I. Additive Manufacturing Technologies: Rapid Prototyping to Direct Digital Manufacturing / I. Gibson, D. W. Rosen, B. Stucker. – Springer, Heidelberg, Germany, 2010. – 498 p.
3. Голунов, А. В. Анализ технологии трехмерной печати в дизайне / А. В. Голунов, С. А. Щеглов, Д. А. Беляев // Визуальная культура: дизайна, реклама, информационные технологии : сб. науч. статей XVIII Всерос. науч.-практич. конф.. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2019. – С. 79–84.
4. Jordan, J. 3D Printing / J. Jordan. – The MIT Press, 2019. – 240 p. – ISBN 978-0262536684.
5. [https://www.google.com/search?q=3D+model+architecture&sxsrf=ALiCzsYKH7k1B1\\_HVtDIDs7bdbD](https://www.google.com/search?q=3D+model+architecture&sxsrf=ALiCzsYKH7k1B1_HVtDIDs7bdbD)
6. Кух6w:1667414159515&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiJgK\_lkZD7AhXwgv0NHVscAlcQ\_AUoAXoECAIQAw&biw=1920&bih=880&dpr=1. (дата обращения: 08.10.2022).
7. Голунов, А. В. Разработка и адаптация методики контроля и испытания цветового охвата промышленных аддитивных систем / А. В. Голунов, С. А. Щеглов, А. Е. Земцов, А. С. Голунова, Д. Б. Мартемьянов. – DOI: <https://doi.org/10.25686/2542-114X.2020.1.78>. // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер. Материалы. Конструкции. Технологии. – 2020. – № 1 (13) . – С. 78–87.

# КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

УДК 004.928

## ВИЗУАЛЬНЫЕ ТРОПЫ КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО МОУШН-ДИЗАЙНА

## VISUAL TRAILS AS A MEANS OF EXPRESSION MOTION DESIGN

**А. Н. Аксентьев**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. N. Aksentev**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению визуальных тропов, а именно метафоры, метонимии и гиперболы, тому, какую роль они играют и как применяются в моушн-дизайне. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в настоящее время преобладает клиповая подача информации, а моушн-дизайн позволяет уплотнить ее в короткий промежуток времени. Для достижения этой цели использование тропов может оказаться эффективным средством, в ходе работы проанализированы примеры их применения как выразительного средства и сделаны выводы об их эффективности в моушн-дизайне.

**Ключевые слова** – моушн-дизайн, визуальные тропы, метафора, метонимия, гипербола

### I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время преобладает клиповая подача информации. В этом неконтролируемом и очень быстром потоке выигрывают те, кто смогли точно и образно передать смысл сообщения. Для достижения этой цели в графическом дизайне используют различные средства выразительности, в основе которых часто лежат визуальные риторические приемы. Риторика визуального языка, подобно языку литературному, имеет визуальные тропы. К часто используемым тропам относятся: метафора, гипербола, метонимия.

Использование тропов особенно актуально в таком жанре графического дизайна как моушн-дизайн, так как их применение позволяет не только быстро передать, но и уплотнить количество информации.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является анализ такого средства выразительности как визуальные тропы, а также их применение в моушн-дизайне. В соответствии с поставленной целью выдвинуты следующие задачи:

- дать определение понятию визуальных тропов;
- рассмотреть и проанализировать проекты, в которых они эффективно применяются.

## III. ТЕОРИЯ

В самом давнем определении метафора – это аналогия, которая привлекает внимание к сходству между различными предметами или областями. Изобразительная метафора не более чем образ, приобретающий в том или другом художественном контексте символическую значимость, более широкий, обобщающий смысл [1]. Метод метафоры используется в кино, живописи и дизайне. Визуальные метафоры встречаются в логотипах, иконках, инфографике, иллюстрациях и рекламе. Благодаря этому методу можно быстро донести суть идеи или просто привлечь внимание.

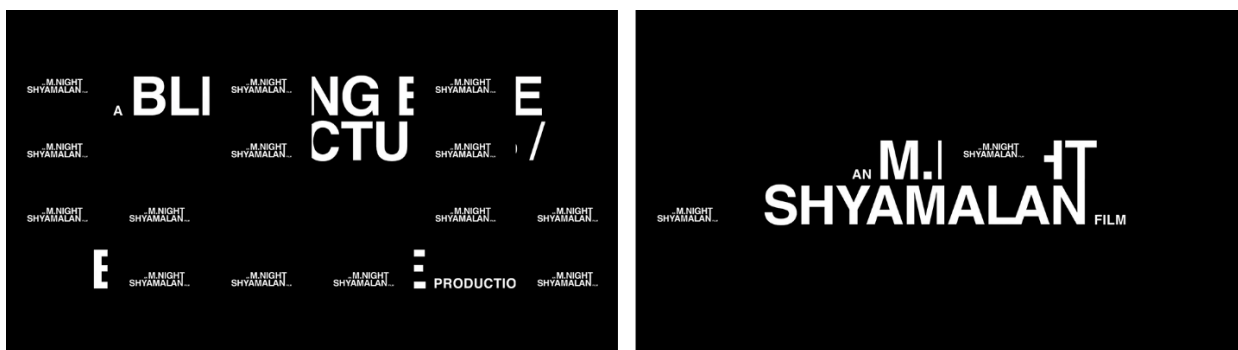


Рис. 1. Фрагменты вступительных титров к фильму «Split»

В моушн-дизайне метафора используется для сравнения сходства двух различных понятий, либо для более четкой передачи информации, или по стилистическим признакам [2]. Часто можно встретить этот метод во вступительных титрах (например, в дизайне вступительных титров к фильму «Split» 2016 года). Типографика проявляется в 24 идентичных модулях, многократно дублирующих надпись тем же, но более мелким шрифтом – такое решение символизирует раздробленность разума главного героя картины (рис. 1). В презентационном ролике графического интерфейса «Fluent UI» студия «Microsoft Design» использовала простые и воздушные формы, ассоциируя их с простотой и легкостью интерфейса (рис. 2).

Преувеличение или утрирование – один из двенадцати принципов анимации, предложенных аниматорами студии «Disney». Принцип предполагает явное и намеренное преувеличение с целью усиления выразительности визуального образа. Преувеличение особенно полезно для мультипликации, так как идеальная имитация реальности может выглядеть статической и скучной. Понятие утрирования, принятое в «Диснее», подразумевало оставаться верным действительности, но преподносить ее в более экстремальной форме. Другие формы преувеличения могут включать в себя сверхъестественные или сюрреалистические изменения в физических особенностях объекта или сюжета.



Рис. 2. Фрагменты презентационного ролика «Fluent UI»

Моушн-дизайнеры часто гиперболизируют свойства объектов с целью усилить выразительность и подчеркнуть особенности этого объекта как, например, в рекламном ролике кроссовок «Lebron 16». Падающие предметы разрушаются, сталкиваясь с моделью кроссовок, а подвешенная гиля деформируется при взаимодействии с ней, нарушая ожидания зрителя. Так дизайнер, преувеличив свойство прочности модели, представил качество продукции (рис. 3).



Рис. 3. Фрагменты рекламного ролика «Lebron 16»

Одним из самых известных примеров, где используется этот метод, является презентация логотипа анимационной студии «PIXAR». Лампа четыре раза подпрыгивает над латинской буквой «I», прежде чем раздавить ее. Движение, которое буква делает после каждого удара лампы, преувеличенно растягивается, чтобы передать упругость буквы, которая заставляет лампу подпрыгивать в воздухе (рис. 4).

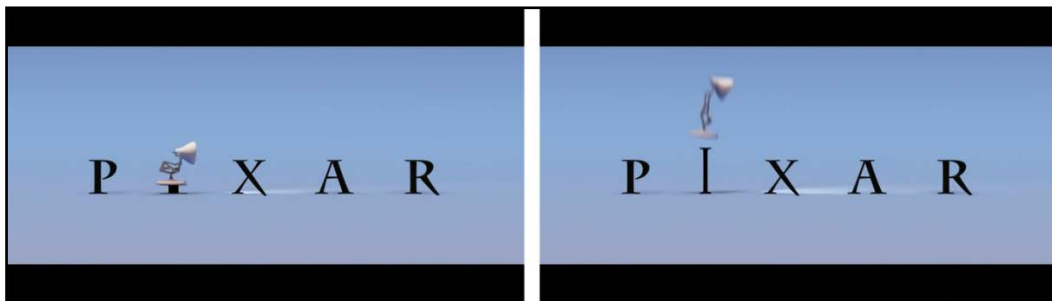


Рис. 4. Фрагменты презентации логотипа «PIXAR»

Метонимия – это фигура речи, при которой слово или фраза заменяются другими словом или фразой, с которыми они когнитивно связаны. Метонимии могут быть основаны на многих когнитивных, культурных и концептуальных отношениях. Метонимия в графическом



дизайне означает установление сложных связей, при котором изобразительный объем заменяется другим, имеющим какую-то общность с предыдущим [3]. Можно говорить о различных логических связях: процесс-результат, причина-следствие, материал-изделие, часть-целое и т. д. [4]. Метонимию следует отличать от метафоры, с которой ее часто путают. В моушн-дизайне этот метод используется для обозначения, в рамках которого один предмет заменяется другим предметом или его фрагментом, но при этом смысл сообщения остается неизменным. Часто данный метод можно встретить в анимационной рекламе.

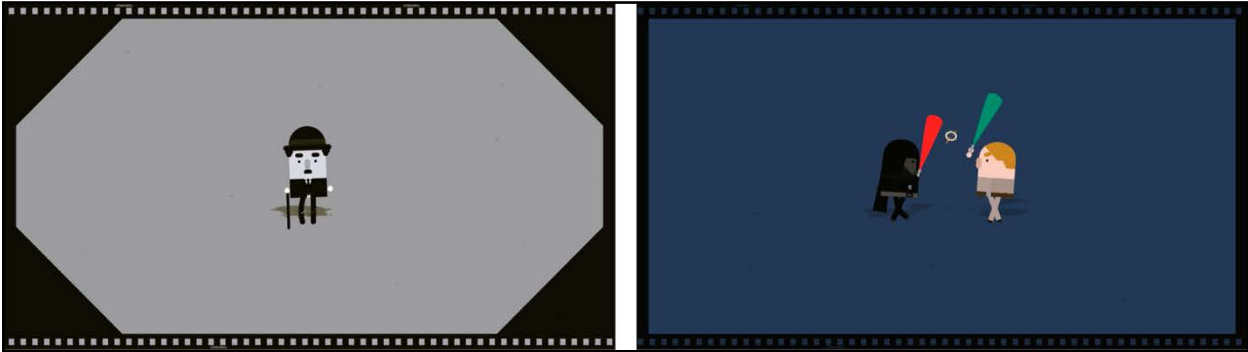


Рис. 5. Фрагменты короткометражного мультфильма «Cinematics»

В короткометражном мультфильме «Cinematics» дизайнер показал хронологию классических фильмов и персонажей. Сами фильмы представлены через упрощенное представление их главных героев в известных сценах. Персонажи и сцены, в свою очередь, сведены к нескольким узнаваемым элементам, до уровня иконических знаков (рис. 5). Такое графическое решение является примером определенного класса визуальной метонимии, называемой «синекдохой», где часть представляет целое или наоборот.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В процессе работы проанализированы несколько примеров использования метафоры, гиперболы и метонимии в моушн-дизайне. Метафора и метонимия образуют смысловую загадку, которая позволяет возбудить интерес и заставить изучить сообщение. Гипербола же в основном используется как художественный прием, усиливающий выразительность визуального образа. Таким образом, применение визуальных тропов в моушн-дизайне позволяет создать игровой аспект восприятия и тем самым привлечь внимание и повысить интерес зрителя.

#### V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной работы даны определения визуальным тропам, таким как метафора, гипербола, метонимия, проанализированы примеры использования их в моушн-дизайне. В результате исследования был сделан вывод, что визуальные тропы в моушн-дизайне являются эффективным выразительным средством для повышения интереса зрителя и передачи смысла сообщения.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Дизайн», Пендикова И. Г.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ивинских Н. П. Визуальная метафора в логотипах // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. 2015. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-metafora-v-logotipah> (дата обращения: 27.11.2022)
2. Stone R. B. The Theory and Practice of Motion Design. New York, 2018. 330 p.
3. Berdichevskiy E. G. Semantic strategies graphic design // Science and Society. 2016. № 1. URL: <https://scieuro.com/wp-content/uploads/2017/01/209-217.pdf> (дата обращения 27.11.2022)
4. Пивоварова Н. А. Тропы в проектной методологии отечественного графического дизайна XX-XXI вв. // Манускрипт. 2017. № 12-5 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tropy-v-proektnoy-metodologii-otechestvennogo-graficheskogo-dizayna-xx-xxi-vv> (дата обращения: 27.11.2022)

УДК 130.2

## ПРИНЦИПЫ UI/UX-ДИЗАЙНА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

### UI/UX-DESIGN PRINCIPLES FOR MOBILE APPS

**М. Е. Авгуль**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**M. E. Avgul**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению принципов дизайна мобильных приложений; рассматриваются основные принципы UI/UX-дизайна. Актуальность данной темы обусловлена развитием мобильных устройств, возникновением новых решений и приемов. UI/UX-дизайн помогает улучшать взаимодействие между пользователем и устройством, быстрее решать те или иные задачи.

**Ключевые слова** – UI/UX-дизайн, мобильные приложения, тренды

### I. ВВЕДЕНИЕ

Жизнь современного человека невозможно представить без мобильного телефона. По статистике, пользователь полностью погружен в свое устройство от 4 до 6 часов активного времени в день [1]. Смартфоны решают множество повседневных задач и проблем, они стали частью жизни каждого из пользователей. Актуальность данной темы обусловлена развитием мобильных устройств, возникновением новых решений и приемов – UI/UX-дизайн помогает улучшить взаимодействие между пользователем и устройством, быстрее решать те или иные задачи.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является изучение принципов UI/UX-дизайна мобильных приложений. Для достижения цели поставлены следующие задачи: выявить, что такое UI/UX-дизайн, рассмотреть его основные принципы и дать им характеристику.

## III. ТЕОРИЯ

UI/UX дизайн делится на две составляющих. UI – это User Interface («пользовательский интерфейс») – под ним понимается внешний вид интерфейса. UX – это User Experience («опыт пользователя») – опыт, который пользователь получает в процессе пользования интерфейсом [2]. Если попробовать упростить это определение, то можно сказать, что UI/UX-дизайн – это совокупность внешнего вида приложения и функционала в нем.

Чтобы увеличить шансы на успех при создании приложения, большинство дизайнеров используют принципы проектирования интерфейсов. Принципы представляют собой рекомендации, которых необходимо придерживаться. Они нужны для удобства пользователя и быстрого понимания интерфейса. Если дизайн выполнен профессионально, по правилам, человек его не замечает и интуитивно понимает все функции в интерфейсе. Однако, когда дизайн сделан с нарушением правил, то пользователь сразу обращает на это внимание. Это могут быть разные вещи – неудобное расположение кнопок, неправильная расстановка цветовых акцентов, непонимание, какой процесс происходит в данный момент и есть ли отдача от его действий в приложении [3].

Человеку легче освоиться в новом приложении, если оно будет чем-то похоже на то, чем он пользуется повседневно. Это не говорит о том, что все должно быть одинаково, приложения совсем не теряют свою индивидуальность, когда сделаны по правилам [4]. Принципы служат для правильного и быстрого хода процессов взаимодействия пользователя и интерфейса.

Основными сводами правил в наше время для проектирования мобильных интерфейсов можно считать гайдлайны «Apple Human Interface Guidelines» [5] для устройств компании Apple и «Material Design» [6] для устройств на системе Android.

Гайдлайны – набор рекомендаций, правил, принципов от создателей платформы, операционной системы (ОС), благодаря которым приложения для них от разных разработчиков выглядят единообразно.

Гайдлайны мобильных приложений описывают принципы навигации и взаимодействия, элементы интерфейса и их стиль, используемую типографику и иконографию, цветовые палитры и многое другое.

Кроме того, гайдлайны способны сократить время и стоимость разработки мобильного приложения, так как все то, что описано в гайдах, как правило, уже реализовано в виде готового элемента в коде и разработчику не нужно «изобретать велосипед» с нуля.

## IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для выявления основных принципов UI/UX-дизайна мобильных приложений были проанализированы множество источников и были выделены основные из них.

- Удовлетворение потребностей пользователя.

Прежде всего дизайн должен решать проблему пользователя, он должен быть сосредоточен на его пользовательском опыте [3].

- Простота и ясность.

В интерфейсе должно быть достаточно воздуха, элементы не должны быть слеплены друг с другом, не должно быть нагромождения. Но также и наоборот, не должно быть ощущения, что какой-либо элемент находится отдельно, если это не задумано так функционально. Шрифты должны быть легко читаемыми, для быстрого сканирования информации пользователем. Использование декоративных шрифтов сильно затруднит восприятие и будет только затормаживать процесс выполнения той или иной задачи, которой хотел достичь пользователь [7].

- Цвета. Стоит учитывать контрастность элементов интерфейса и восприятие человеческим глазом. Люди с ограниченными возможностями могут испытывать неудобства и просто не видеть некоторых элементов, что нарушает их использование приложения.

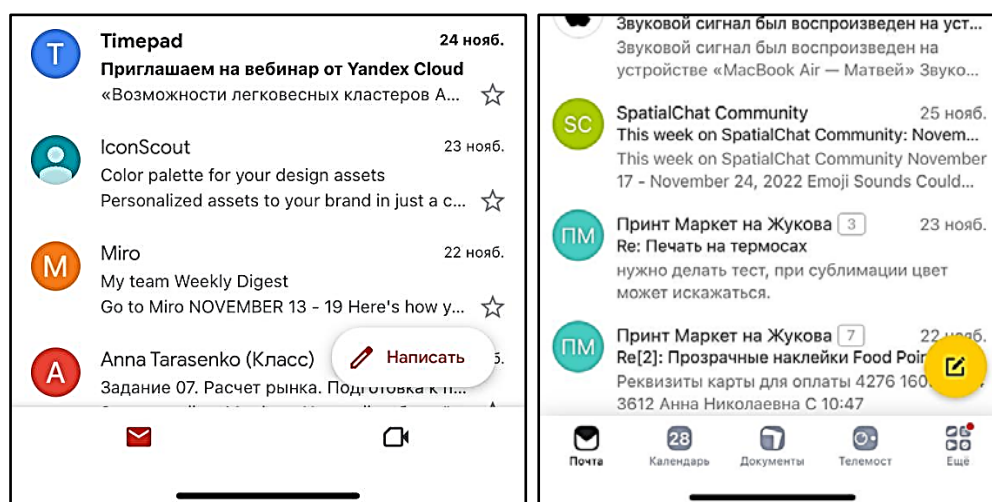


Рис. 1. Приложения почты Gmail и Яндекс.Почта

- Расположение элементов. Правильно расставленные акценты – это ключ к удобству интерфейса. Они зависят от задач пользователя. Например, проанализировав почтовые клиенты (рис. 1), можно заметить то, что после входа сразу открываются письма – то зачем пользователь заходит в чаще всего – проверка своей почты, вторым по важности выступает кнопка «создания нового письма».

Так же необходимо понимать, как пользователь взаимодействует с интерфейсом и располагать важные элементы в зоне досягаемости.

- Ненавязчивость. С сегодняшними возможностями можно легко переборщить с множеством элементов в интерфейсе. Бесконечно повторяющиеся анимации будут только злить пользователя и мешать глазу воспринимать информацию. Например, в Telegram пользователям с подпиской «Telegram Premium» дали возможность вставлять в статусы анимированные стикеры (рис. 2). Telegram учел этот факт, и проигрывает анимацию на экране с чатами только один раз, тем самым показывает, что у пользователя есть дополнительные возможности, но в то же время, они не мешают другим.



Рис. 2. Анимированный статус в Telegram

- Держать в курсе. Каждое действие пользователя должно сопровождаться откликом приложения, оно должно информировать о том, что все в порядке, либо что-то пошло не так, тем самым у пользователя будет понимание на каком этапе решения его задачи находится тот или иной процесс.

- Запоминание данных. Для создания ощущения контроля у пользователя должна быть возможность вернуться к тому, что он делал в приложении ранее. Так, например в Яндекс.Такси, в поиске адресов показаны прошлые адреса (рис. 3), по которым вызывалось такси. Это упрощает и ускоряет процесс вызова такси, а также экономит время на повторном вводе данных.

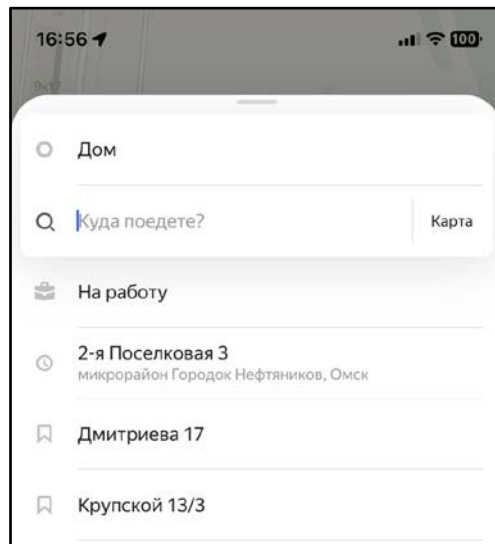


Рис. 3. Прошлые адреса в Яндекс.Такси

- Возврат на шаг назад. В пользовании приложениями возникает множество ситуаций, когда что-то пошло не так и возможность без труда вернуться назад так же дает возможность контролировать ситуацию.

- Адаптация. Дизайн должен быть адаптирован под разные размеры экранов. Элементы интерфейса должны смотреться хорошо на разных устройствах тест должен подстраиваться по размерам, изображения должны быть достаточно качественными.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Были выделены основные принципы UI/UX дизайна мобильных приложений. Правила частично меняются, адаптируясь под новые технологии и устройства, однако, остаются неизменные принципы, которые выступают ключом к удобному и приятному для пользователя интерфейсу. На смартфоны созданы десятки миллионов приложений и у пользователя не так много времени на чтение инструкций и изучение новых сценариев использования. Проще пользоваться тем, с чем уже имел дело ранее.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данного исследования сложилось впечатление о том, что представляют собой принципы UI/UX дизайна мобильных приложений. Были определены цели правил проектирования интерфейсов, выделены основные правила проектирования.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что главными принципами выступает простота использования, а также удовлетворение потребностей пользователя – приложение должно выполнять свою функцию и решать конкретные задачи. Хорошо сделанное приложение является совокупностью таких факторов, как логика (UX) и внешний вид (UI).

Научный руководитель: профессор, заведующая кафедрой «Дизайн», Гуменюк А. Н.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Селолин, А. Что такое UX/UI дизайн на самом деле? / А. Селолин // Хабр : сайт. – URL: <https://habr.com/ru/post/321312/> (дата обращения: 10.11.2022).
2. Цифра дня: Сколько часов в день россияне сидят в смартфонах? // Ferra.ru : сайт. – URL: <https://www.ferra.ru/news/mobile/cifra-dnya-skolko-chasov-v-den-rossiyane-sidyat-v-smartfonakh-13-10-2021.html> (дата обращения: 12.11.2022).
3. Ким, В. Ю. Особенности разработки дизайна пользовательского интерфейса для мобильного приложения / В. Ю. Ким // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. – 2015. – № 18. – С. 479–481.
4. Memon, M. 16 Important UX Design Principles for Newcomers / M. Memon // Springboard : site. – URL: <https://www.springboard.com/blog/design/ux-design-principles/> (date access: 13.11.2022).
5. Human Interface Guidelines // Developer : site. – URL: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/guidelines/overview/> (date access: 13.11.2022).
6. Guidelines // Material Design : site. – URL: <https://m2.material.io/design/guidelines-overview> (date access: 14.11.2022).
7. Ugochukwu, I. 12 key UI/UX design principles to boost your designs / I. Ugochukwu // Bootcamp : site. – URL: <https://bootcamp.uxdesign.cc/fundamental-principles-of-ui-ux-design-3b1434e90a99> (date access: 14.11.2022).

## РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА

### DEVELOPMENT THE PROJECT OF A NEW DIGITAL PRODUCT

**Н. А. Анашкина, И. К. Скрипниченко**

*Омский государственный технический университет, Омск, Россия*

**N. A. Anashkina, I. K. Skripnichenko**

*Omsk State Technical University, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассмотрен процесс разработки проекта нового цифрового продукта на основе теории ценностного предложения и бизнес-модели, понятие и цели проектной деятельности в индустрии цифровых продуктов для структурированного подхода к созданию проекта. В основе идеи цифрового продукта лежит актуальная и частая проблема выбора подарков на различные праздники.

**Ключевые слова** – ценностное предложение, бизнес-модель, проектная деятельность, приложение для выбора подарков, цифровой продукт

#### I. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире придумано множество цифровых продуктов, которые значительно облегчают жизнь обычным людям. В пример можно привести маркетплейсы, с помощью которых можно заказывать вещи, не выходя из дома. Однако не так просто ворваться в IT-индустрию с новым проектом. Для успеха необходимо четко обозначить проблему, которую решает ваш цифровой продукт, правильно определить круг пользователей и их потребности, иначе продукт не получит распространения. В этом контексте актуальность приобретает навык разработки ценностного предложения и бизнес-модели, благодаря которым реализация нового проекта будет максимально эффективной.

#### II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Во все времена люди дарили друг другу подарки по поводу и без повода, но чаще всего по различным праздникам. Однако человек не всегда знает, что именно преподнести в качестве презента. При этом подобрать подарок нужно так, чтобы в нем была видна забота о получателе, но зачастую у человека не хватает времени на то, чтобы придумать, что же вручить. Эта проблема легла в основу идеи проекта нового цифрового продукта, а именно разработки сервиса, позволяющего собирать подарочные боксы в зависимости от характера праздника, пола, возраста и предпочтений получателя. Прежде чем приступить к созданию сервиса, необходимо изучить целевую аудиторию, проанализировать существующие аналоги, а также составить ценностное предложение и бизнес-модель будущего цифрового продукта.

### III. ТЕОРИЯ

С проектной деятельностью человек сталкивается в своей жизни постоянно. К ней можно отнести многое из событий повседневной жизни – от небольших проектов, занимающих дни или недели (например, организация дня рождения) до крупных проектов, продолжающихся месяцы (например, подготовка выпускной работы) или даже годы (например, строительство стадиона). Проект – это временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата надлежащего качества, в ограниченные сроки с использованием ограниченных ресурсов. Проектная деятельность – это способ достижения цели через детальную разработку проблемы в условиях ограниченности по срокам и ресурсам, которая должна завершиться вполне определенным практическим результатом, оформленным тем или иным образом. Ключевое отличие проектной деятельности – уникальность результата, ограниченность по срокам и большее число рисков [1].

Успех реализации проекта во многом зависит от того, как он был спланирован. Зачастую причиной неудачи проекта, выхода за рамки сроков и бюджета является то, что на этапе планирования не были учтены те или иные работы, необходимость которых возникла во время реализации проекта и потребовала дополнительных затрат. Появление новых, незапланированных работ является одним из существенных рисков проекта.

Довольно часто заманчивые бизнес-идеи в ходе реализации терпят полный крах. Тестирование на этапе разработки идеи – это способ снижения риска реализации идей, много обещающих на бумаге, но нежизнеспособных на рынке. Идеи тестируются посредством быстрых экспериментов, которые позволяют собрать мнения потенциальных покупателей и скорректировать бизнес-модель до выпуска продукта на рынок [1].

Одним из способов определения востребованности будущего проекта, предлагаемой в рамках стартапа, является получение обратной связи от потенциальных пользователей, то есть клиенто-ориентированный подход к разработке продукта, и соответственно, бизнес-модели проекта, вместо продукто-ориентированного подхода. Поддержание тесного контакта с потенциальными клиентами, особенно на первоначальных стадиях реализации проекта является важным, поскольку никто, кроме клиента, не скажет лучше о своих потребностях, проблемах и, что немаловажно, о готовности заплатить за решение конкретной проблемы [2].

### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В рамках разработки идеи проекта цифрового сервиса, посвященного выбору подарков, были использованы различные способы тестирования и исследования целевой аудитории, а именно анкетирование, парсинг, а также анализ поисковых запросов и аналогов.

Методом анкетирования было опрошено 244 человека, и опрос помог убедиться, что проблема и идея проекта актуальны: большая часть опрошенных респондентов имеют проблему с выбором подарка. Для анализа поисковых запросов использованы два наиболее популярных сервиса – Яндекс.WordStat и Google Trends. Самыми высокочастотными запросами стали «идеи для подарков» и «что подарить на ...», которые также подтверждают актуальность обозначенной проблемы. Частота запросов равномерна и увеличивается в традиционные предпраздничные периоды – в декабре и феврале-марте.

Парсинг обычно применяют, когда нужно быстро собрать и проанализировать большой объем данных. Его выполняют с помощью специальных сервисов – парсеров. Для сбора данных о потенциальной целевой аудитории проекта проводился парсинг нескольких сообществ



со схожей тематикой («Идеи подарков», «Подарки своими руками») в социальной сети «ВКонтакте» с помощью сервиса «Pepper Ninja». Парсинг помог выяснить, что основной возраст потенциальных пользователей цифрового сервиса по подбору подарков составляет 25-35 лет, пол преимущественно женский, сфера интересов и занятости принципиального значения не имеет. Стоит отметить, что данная статистика предоставляет обобщенный портрет целевой аудитории проекта.

Одним из важных этапов на пути формирования идеи нового продукта является поиск и анализ аналогичных сервисов. Среди них – сервисы, предлагающие подарочные боксы «Super Box» (URL: <https://superbox.fun/>), «My Hygge Box» (URL: <https://myhyggebox.ru/shop#ny>), «Сюрприз бокс» (URL: <https://surprizbox.ru/>), «Завари» (URL: <https://zavarispb.ru/>). Анализ данных сервисов привел к выводу, что ни в одном из них у пользователя нет возможности составить собственный бокс. Некоторые сервисы предоставляют эту возможность частично и предлагают товары, из которых создаются их собственные боксы. В рассмотренных аналогах боксы предоставляет отдельно взятый онлайн-сервис (магазин подарков).

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Один из важнейших элементов будущего взаимодействия компании и потребителя – это ценностное предложение (идея) нового цифрового продукта, соответствующего проблемам и потребностям клиентов, а также поиск возможностей удовлетворения неопределенных потребностей [3]. В рамках разработки идеи цифрового продукта использовался шаблон ценностного предложения Алекса Остервальдера (см. рис. 1).

Шаблон состоит из двух частей – карты ценности и профиля потребителя. Карта ценности включает сам продукт, а также факторы его помощи и выгоды для пользователя. Профиль потребителя включает проблемы, задачи и реальные выгоды потенциального пользователя продукта. Карта ценности и профиль пользователя должны находиться в соответствии, другими словами, предложенный продукт должен полностью удовлетворять потребностям пользователя, закрывать его «боли».



Рис. 1. Шаблон ценностного предложения нового цифрового сервиса

В шаблоне ценностного предложения видно, что в отличие от аналогов, в новом цифровом продукте предусматривается возможность собрать собственный бокс из товаров, не ограниченных какой-либо тематикой, а также подобрать нужные товары по выставленным фильтрам. В рассмотренных аналогах боксы предоставляет отдельно взятый онлайн-сервис (магазин подарков), в то время как в предлагаемом новом цифровом продукте нужные товары предоставляют множество магазинов с подарочной продукцией. Также есть возможность выбора оформления подарочного бокса.

А. Остервальдеру принадлежит авторство еще одного полезного инструмента планирования проекта – бизнес-модели, структурирующей идею бизнеса и состоящую из девяти сегментов: ключевые виды деятельности; потребительские сегменты; каналы сбыта; взаимоотношения с клиентами; ключевые ресурсы; ключевые партнеры; структура издержек; потоки поступления доходов. Четкое определение всех сегментов бизнес-модели помогает обозначить стратегию развития компании, связанные с этим расходы, риски и выгоды. Приведем более развернутые характеристики:

*ключевые партнеры* – службы доставки, магазины с подарочной продукцией;

*ключевые виды деятельности* – продажа подарочных боксов онлайн;

*ключевые ресурсы* – финансовые ресурсы на разработку сервиса, рекламу в социальных сетях;

*ценностное предложение* – онлайн-площадка для продавцов подарочной продукции, возможность собрать и заказать собственный подарочный бокс с помощью различных фильтров;

*взаимоотношения с клиентами* – реклама в соцсетях, контекстная реклама;

*каналы сбыта* – онлайн-продажи;

*потребительские сегменты* – пользователи 18-35 лет, которым не хватает времени и фантазии на поиск подарка; компании, с продукцией для создания подарков;

*структура издержек* – затраты на продвижение, тестирование, размещение в браузерах.

Представление товара начинается с поиска названия. Удачное название обеспечит узнаваемость, если будет легко запоминаться и отражать ключевые свойства товара. Для нового цифрового продукта было предложено большое количество названий: CollBox, ViaBox, Boxese, Personal Box, NOBox, AIY Box, Voxuro, Piy Box. Выбранные названия не несут серьезной смысловой нагрузки, однако выбор пал на последний вариант, который затем был немного изменен. PIY – это аббревиатура от «Pack It Yourself», что значит «упакуй это сам». На русском языке название-аббревиатура читается как «Пиу». Данное название имеет смысловое значение, легко пишется и произносится, при этом звучит необычно и нетипично. Для цифрового сервиса выбора подарков «PIY» (pack it yourself)» предложен вариант логотипа и праздничная цветовая палитра (рис. 3).

В качестве способа реализации цифрового продукта выбран веб-сайт. Такое решение связано с тем, что на рынке аналоги представлены именно в таком виде. Реализация в виде мобильного приложения не будет востребованной, поскольку пользователь потенциально будет использовать продукт лишь несколько раз в год.



Рис. 3. Логотип и цветовая палитра нового цифрового продукта

Функционал разрабатываемого цифрового продукта схож с функционалом маркетплейсов и включает схожие стандартные функции: поиск, каталог, навигация, онлайн-заказ, большое разнообразие товаров, корзина, рекомендации, отзывы, выбор определенного магазина, личный кабинет. Оригинальными функциями нового цифрового продукта являются поиск товаров по фильтрам (праздник, пол, возраст, предпочтения получателя), специализация на подарочной продукции, сбор собственного подарочного бокса. Уникальным преимуществом нового цифрового продукта определено является функция сбора собственного бокса путем подбора товаров с помощью подробных фильтров. Эта функция выгодно отличает новый цифровой продукт от аналогов.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы над проектом были рассмотрены такие понятия, как проект и проектная деятельность. Было проведено тестирование идеи нового цифрового продукта (парсинг, анкетирование, анализ поисковых запросов), с помощью которого удалось убедиться в актуальности идеи и определить целевую аудиторию. Разработаны ценностное предложение и бизнес-модель, обозначена их необходимость в процессе разработки идеи нового цифрового продукта, сформулировано уникальное продуктовое предложение.

Реализация данного проекта возможна при более подробной проработке, а также должном финансировании. Также необходимо активно заниматься продвижением сервиса в социальных сетях и с помощью контекстной рекламы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блэнд, Д. Тестирование бизнес-идей / Д. Блэнд, А. Остервальдер. – Москва : Альпина Паблицер, 2020. – 354 с.
2. Соснин, К. С. Особенности управления проектами на начальном этапе реализации / К. С. Соснин // Проблемы науки. – 2016. – № 12. – С. 81–83.
3. Prigulniy, A. G. Creating a value proposal as a factor of improving the efficiency of entrepreneurial activity / A. G. Prigulniy, M. S. Turovskaya // Reports scientific society. – 2021. – № 3. – P. 26–32.

## **ЗНАЧЕНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В РАБОТЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ УНИВЕРСИТЕТА**

### **SIGNIFICANCE OF FIRM STYLE IN WORK SOCIO-PSYCHOLOGICAL SERVICE OF THE UNIVERSITY**

**Е. А. Банащук**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**E. A. Banashchuk**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению применения разработки фирменного стиля для работы социально-психологической службы образовательного учреждения высшего образования.

**Ключевые слова** – дизайн, дизайн-исследование, фирменный стиль

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

Социально-психологическая служба – это структурное подразделение университета. Целью такой службы являются помощь и сопровождение студентов в трудных жизненных ситуациях. Так как данное подразделение новое, точнее – введено в практику совсем недавно, нет единого представления о возможностях и направлениях деятельности этой службы со стороны учредителя. Следовательно, каждое учреждение разрабатывает свои положения по ведению деятельности, поскольку еще нет привычного действия по обращению в такие службы или просто к стороннему психологу. Соответственно, у студентов, как целевой аудитории данной службы, нет заинтересованности в обращении за помощью.

#### **II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ**

Целью данного исследования является выявление особенностей разработки фирменного стиля и визуального оформления социально-психологической службы по работе с обучающимися и влияние фирменного стиля на деятельность службы. Для достижения цели поставлены следующие задачи: описать особенности социально-психологической службы по работе с обучающимися, выделить направления деятельности, функции, определить нормативную базу деятельности, методические рекомендации, необходимые компетенции сотрудников, миссия деятельности, описать особенности целевой аудитории службы с позиции сотрудника и обучающихся.

#### **III. ТЕОРИЯ**

Психологическая служба вуза должна представлять собой организационную структуру, цель которой состоит в обеспечении психологического сопровождения профессионального и личностного развития обучающихся в образовательной среде высшего учебного заведения

и оказании психологической помощи всем участникам образовательного процесса по преодолению возникающих психологических трудностей [1, с.139]:

Основными задачами в деятельности психологической службы являются [2, с. 95]:

- выявление студентов группы риска, нуждающихся в социально-психологической помощи;
- оказание социально-психологической помощи и поддержки студентов в период адаптации во взаимодействии с участниками образовательного процесса;
- формирование у студентов умений преодолевать возникающие трудности, навыков целеполагания и ответственности за принятие собственных решений;
- психологическое просвещение студентов в формировании базовых навыков понимания себя, значимых других и окружающих;
- активизация психологических ресурсов студентов, формирование навыков тайм-менеджмента и эффективной организации свободного времени;
- развитие коммуникативных компетенций участников образовательного процесса;
- психологическое сопровождение процесса профессионального самоопределения и преодоления тревожности по поводу готовности к исполнению будущих профессиональных обязанностей, определение направлений развития профессионально важных качеств;
- оказание социально-психологической помощи студентам в противодействии формированию зависимостей, а также девиантного и деликвентного поведения через активизацию личностных ресурсов, повышение устойчивости к негативным внешним воздействиям;
- содействие руководящему и преподавательскому составу университета в создании благоприятного социально-психологического климата, необходимого для успешной работы и формирования гармоничной личности студентов.

В структуру психологической службы вуза в зависимости от его размера и профиля подготовки могут входить психолог-консультант, социальный психолог или несколько психологов-консультантов в зависимости от количества студентов, обучающихся в вузе и количества преподавателей и сотрудников вуза, а также социальный педагог (педагоги) [3, с.139]. В то же время психологическая служба вуза может быть организована по принципу совещательного органа и включать, помимо штатных психолога-консультанта, социального психолога и социального педагога (педагогов), еще и кураторов, деканов факультетов, руководителя структурного подразделения по работе со студентами, сотрудников службы телефона доверия.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

При проведении дизайн-исследования была установлена миссия службы, на которую мы и будем опираться при проведении исследования. Миссия службы: комфортное психологическое состояние студентов. Она была основана на следующих рекомендациях: конвенция по правам человека, морально-этический кодекс психолога, должностные инструкции и положение о создании социально-психологической службы. Исследование реакции целевой аудитории на фирменный стиль необходимо провести для того, чтобы понять целесообразность изменения фирменного стиля действующей социально-психологической службы. Для этого было проведено исследование аналогов. Целевой аудитории в ходе беседы было предложено сделать выбор, что больше нравится и что больше вызывает доверие. Опрашивали тех студентов, которые уже воспользовались услугами социально-психологической службы

университета. Для аналога был выбран Центр психологического консультирования (далее ЦПК) НИУ ВШЭ.

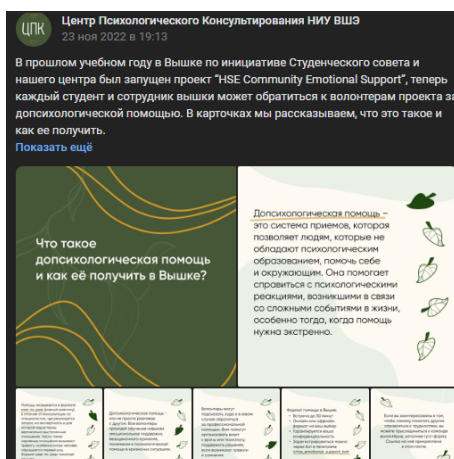
Перед тем, как показать аналог оформления, студентам были заданы вопросы: как вы узнали о существовании службы в университете, сколько времени потребовалось, чтобы принять решение об обращении в службу, готовы ли вы посещать иные мероприятия службы, а не только индивидуальные консультации, готовы ли рекомендовать своим друзьям данную службу?

Все ответы были примерно одинаковыми и заключались в следующем: о существовании службы узнавали специально и нашли контакты через официальный сайт в разделе структура университета, это заняло достаточно много времени. В социальных сетях служба не представлена. Были опасения, что могут не помочь, не было понимания, в чем собственно состоит деятельность службы. Доверие к службе появилось только после первой консультации.

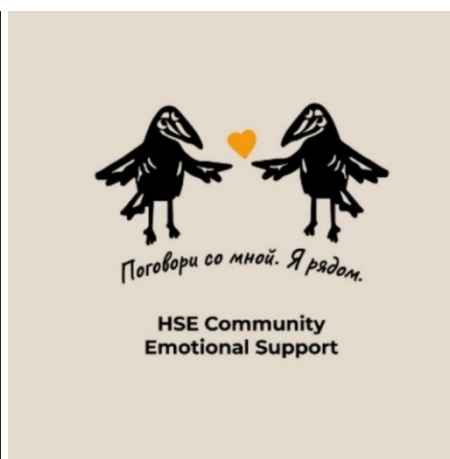
Далее студентам были предложены аналоги оформления деятельности службы (рис. 1):



а

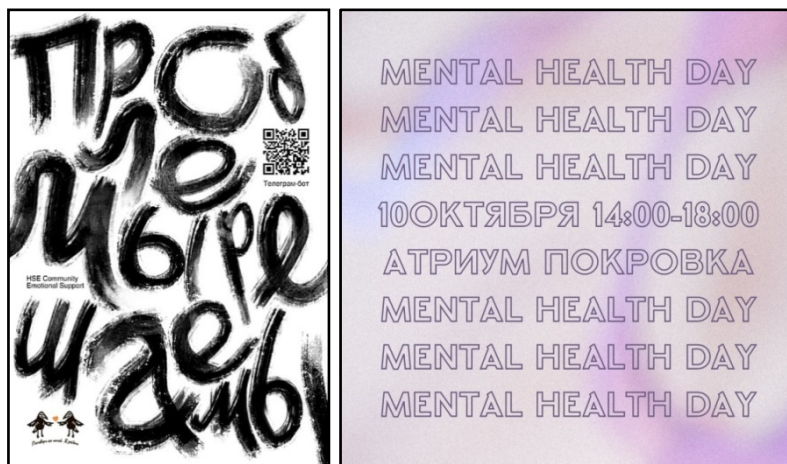


б



в

Рис. 1. Аналоги оформления деятельности службы:  
 а – оформление стенда ЦПК; б – объяснение деятельности ЦПК;  
 в – знак ЦПК; г – оформление плаката; д – приглашение на мероприятие  
 (окончание см. на с. 87)



а

б

Рис. 1. Аналоги оформления деятельности службы:  
 а – оформление стенда ЦПК; б – объяснение деятельности ЦПК;  
 в – знак ЦПК; г – оформление плаката; д – приглашение на мероприятие  
 (начало см. на с. 86)

После изучения данного оформления в ходе беседы студентам было предложено ответить на следующие вопросы: вызывает ли доверие такое оформление службы, заинтересовало ли их какое-то мероприятие, обратились ли бы они за помощью в данный центр, что нравится или не нравится в данном оформлении?

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты исследования подтверждают тезис о том, что доверие целевой аудитории будет выше к оформленным постам и сформированному визуальному стилю социально-психологической службы. При анализе ответов можно достаточно точно определить, как меняется настроение студентов, повышается доверие, появляется заинтересованность в деятельности. Но стоит отметить тот факт, что целевая аудитория достаточно непостоянна. Результаты дизайн-исследования показывают, что те, кто готов идти на индивидуальные консультации, не готовы идти на массовые мероприятия, и, соответственно, наоборот. Следовательно, визуальное оформление должно объединять две полярные категории целевой аудитории; эти категории существуют на практике, но позиция зависит от личностных проблем и потребности, которую необходимо закрыть. Также результаты опроса подтверждают тезис о том, что аудитории нужна новизна в дизайне социально-психологической службы – для повышения узнаваемости, привлекательности и доверия к деятельности.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в результате данного исследования подтверждены следующие тезисы: доверие целевой аудитории будет выше к оформленным постам и сформированному визуальному стилю социально-психологической службы. Высока потребность к решению негативных ментальных состояний, и это рассматривается как часть заботы о своем благополучии и здоровье.

Научный руководитель: профессор, заведующая кафедрой «Дизайн», Гуменюк А. Н.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Копосов, Е. Психологическая служба вуза: теория и практика / Е. Копосов, В. Бобылев, В. Кручинин // Высшее образование в России. – 2007. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskaya-sluzhba-vuza-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 04.08.2020).
2. Теоретико-методологические основы организации психологической службы в вузе : монография / отв. ред. Т. Н. Разуваева. – Белгород : Издательский дом «Белгород» ; НИУ «БелГУ», 2017. – 342 с.
3. Монгуш, У. С. Психологическая служба ВУЗа / У. С. Монгуш // Молодой ученый. – 2020. – № 32 (322). – С. 139–141. – URL: <https://moluch.ru/archive/322/73040/> (дата обращения: 24.11.2022).

УДК 766

### **РАЗРАБОТКА ОБУЧАЮЩЕГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОСОБЕННОСТЬЮ РАЗВИТИЯ**

### **DEVELOPMENT OF AN EDUCATIONAL APPLICATION FOR CHILDREN WITH DEVELOPMENTAL DISABILITIES**

**Великоните В. В.**

*Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия*

**Velikonite V.V.**

*Omsk State Technical University, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена анализу необходимости и важности разработки обучающего приложения для детей с особенностью развития, а именно с диагнозами расстройства аутистического спектра, задержки речи и задержки поведения. Актуальность данной темы обусловлена активным изучением данных диагнозов в последнее десятилетие и необходимости создания обучающих методических указаний для развития ребенка и облегчения его адаптации в обществе.

**Ключевые слова:** приложения, обучение, задержка развития у детей.

## I. ВВЕДЕНИЕ

Особенность развития – это собирательное понятие, объединяющее ряд заболеваний нервной и других систем, при которых темп развития медленнее физиологических стандартов, когда отдельные функции отстают в своем развитии от принятых норм данного возраста.

В зависимости от характера отставания ребенка выделяют следующие виды: задержка речевого развития (ЗРР), задержка психического развития (ЗПР), задержка психоречевого развития (ЗППР), задержка моторного развития (ЗМР) [1].



Задержка психического развития (ЗПР) – это нарушение нормального темпа формирования психики ребенка, проявляющееся в недоразвитии мыслительной, эмоциональной сферы, отставании уровня памяти и внимания от нормативных показателей для определенной возрастной категории.

К группе психических расстройств также относится аутизм. Аутизм характеризуется нарушениями в социальном взаимодействии и коммуникации – процессе общения и передачи информации другим людям [2].

В истории изучения детей с задержкой развития данная категория детей обозначалась разными терминами: в зарубежных источниках – «отстающие в педагогическом отношении», «псевдонормальные», «запоздавшие» и др. В отечественной психолого-педагогической литературе для обозначения подобных состояний использовались такие определения, как «слабоодаренные дети» (В. П. Кащенко), «умственно недоразвитые», находящиеся между детьми с олигофренией в степени дебильности и нормально развивающимися детьми (П. П. Блонский) [3]. Впервые в 1950-х годах изучение задержки психического развития начала отечественный психолог Г. Е. Сухарева, а с конца 1960-х годов к изучению аутизма подключились детские психиатры С. С. Мнухин, А. Е. Зеленецкая, Д. Н. Исаев [4].

Россия начала переход на МКБ-11 – новую версию Международной классификации болезней, которую разрабатывает Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ). Полностью завершить переход планируется к 2025 году; основная задача обновленного и улучшенного классификатора – собрать и актуализировать возможности современной диагностики, ориентируясь на последние достижения науки. С введением в практику МКБ-11 в России официально перешли от термина «отстающие» или общего понятия «аутизм» к термину «РАС» (расстройство аутистического спектра) [5].

Современный мир позволил внедрить технологии в обучение особенных детей. С учетом факторов, которые следует учитывать при выборе подхода к коррекции, существуют разные способы: сенсорная интеграция, ТЕАССН-программа, the P.L.A.Y. Project, игры и другие. Наиболее рационально объединить все эти методики в мобильное приложение, которое определенно заинтересует ребенка и обучит нужным навыкам.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Цель данной работы – проанализировать обучающие мобильные приложения для детей с особенностью развития и обозначить необходимость такой разработки. Для достижения цели поставлены следующие задачи: рассмотреть действующие приложения на платформе Андроид и IOS; выделить принципы проектирования детского игрового приложения; доказать важность проектирования данных приложений на основе мнения ведущего специалиста в области психиатрии с особенными детьми.

## III. ТЕОРИЯ

В последние десятилетия все больше внимания уделяется изучению детских расстройств в развитии: разрабатываются методические пособия для каждого вида расстройств, открываются специализированные центры, проектируются мобильные приложения для самостоятельного обучения с родителями. Именно последний пункт очень актуален, так как главная цель современных разработчиков – максимально внедрить искусственный интеллект в жизнь человека.

Не является открытием то, что в интернете можно скачать огромное количество разнообразных приложений с играми для нормотипичных детей: от обучения счета и буквам до обучения языкам и квантовой физике. Но для того, чтобы понять, насколько необходимо разрабатывать обучающие приложения детям, рассмотрим какое количество уже существует в общем доступе. Для этого используется поиск на платформе Андроид в Google Play и IOS в Apple Store (рис. 1а, 1б).

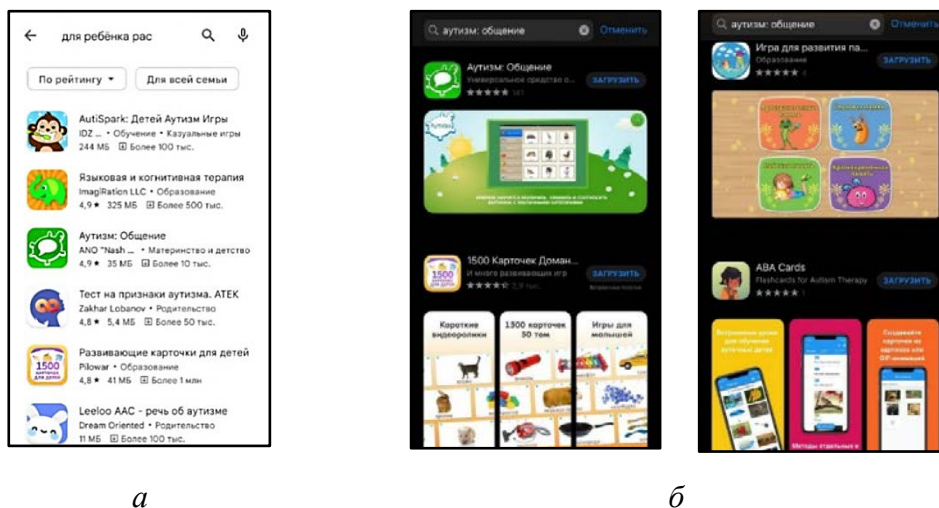


Рис. 1. Приложения для аутистов на сотовых телефонах:  
а – Андроид; б – IOS

Рассмотрев результаты поиска и сравнивая их с количеством приложений для обычных детей, можно сделать вывод, что приложений для детей с особенностью развития очень мало и те, что имеются, в основном направлены на обучение детей с аутизмом. Если вводить в поиск «развитие речи», то результаты покажут разработки для нормотипичных детей, а обучающая программа для них отличается от того, что нужно детям с особенностями. Следовательно, можно сделать вывод, что необходимые приложения находятся в большом дефиците.

Для более детального понимания рассмотрим несколько программ.

1) «Языковая и когнитивная терапия» (рис. 2). Данное приложение – первое и единственное для языковой терапии, подтвержденное клиническими испытаниями с помощью 6454 детей с аутизмом. Разработчики приложения: доктор А. Вишедский (нейробиолог Университета Бостона, США); специалист по раннему развитию ребенка R. Dunn, выпускница Гарвардского университета; J. Elgart, выпускник Массачусетского технологического института; группа отмеченных наградами графических дизайнеров и программистов.

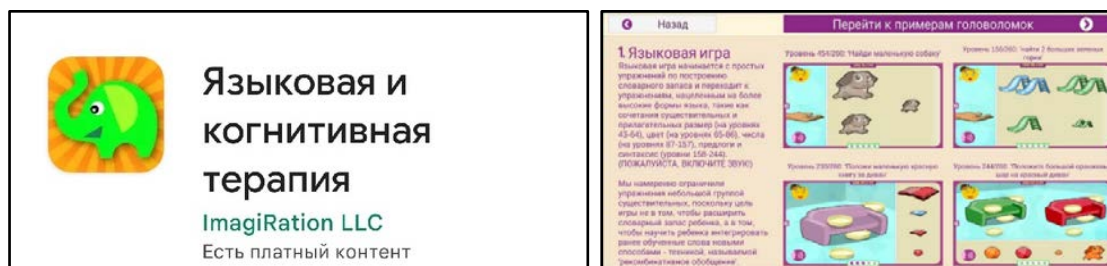


Рис. 2. Приложение «Языковая и когнитивная терапия»

Приложение содержит яркие интерактивные головоломки, которые призваны помочь детям в общем развитии, особенно в том, что касается языка, понимания сложных предложений, мышления, внимания и визуально-пространственных навыков. Выполняя задание, ребенок может брать и перемещать объекты, просто проводя пальцем по сенсорному экрану.

Плюс данного приложения – после каждого правильно выполненного задания женский голос произносит слова одобрения, например «молодец», «так держать», «ты лучший».

Минус – игра слишком простая, содержание примитивно, нет мультипликации.

2) «AutiSpark» (рис. 3). Данное приложение включает в себя специально разработанные интерактивные обучающие игры, а именно ассоциации изображений, познание эмоций, распознавание звуков и много другое. Эти игры созданы под руководством психиатров с учетом различных потребностей детей с расстройством аутистического спектра.

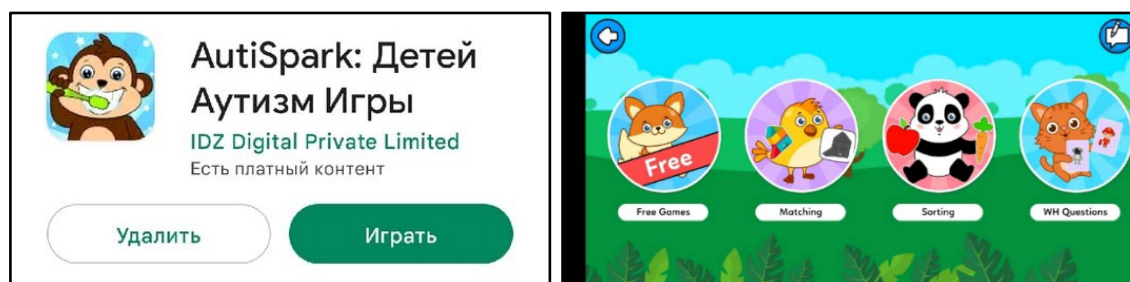


Рис. 3. Приложение «AutiSpark»

Плюс данного приложения – красочные изображения; перед началом выполнения задания включается мультипликация, что определенно заинтересовывает ребенка.

Минус – информация записана на английском языке, и возможность его поменять отсутствует.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проанализировав несколько игр, можно выделить основные принципы проектирования детского игрового приложения:

1) Основной стиль – ясный, яркий и современный. Интерфейсы для детей, так же, как и для взрослых, должны быть ясными. На образовательной платформе ничто не должно отвлекать от основного занятия – обучения. Так же важно проектировать приложение легким и актуальным.

2) Развлекательный элемент: вселенная персонажей. Важно создать мир, в котором детям интересно заниматься. Игровые персонажи не просто украшают интерфейсы и задания — они помогают налаживать контакт с детьми.

3) Размер имеет значение: шрифты, кнопки, объем текста. Дети воспринимают интерфейсы иначе, чем взрослые. Особенно это касается текста. В данном случае рассматривается возраст ребенка от 3 до 8 лет. Дети 3-5 лет еще не могут прочесть ни одного слова и относятся к словам как к картинкам. Дети 6-8 лет читают медленно. И чем они младше, тем больше вероятность, что они делают это по слогам. Для учеников младшей школы важно, чтобы текст на экране был крупным – так слова легче читать. Текста не должно быть много. Хорошие кнопки – большие и контрастные [6].

Существует мнение, что на сегодняшний день детям нежелательно пользоваться гаджетами в обычной жизни или сократить время их использования до минимума.

Рассмотрим мнение специалиста на это счет. Устинова Ирина Анатольевна, психолог, нейропсихолог, психологический стаж 18 лет:

«Считается что неврологи и психиатры против использования смартфонов и другой современной техники в жизни детей с задержкой развития. Но я, наоборот, всецело поддерживаю. Изучив литературу ведущих психологов, занимающихся изучением особенностей таких детей, можно найти тому подтверждение. Это обосновывается тем, что дети с РАС – необычные дети и подход к ним тоже нестандартный. Нормотипичным (без отклонения в развитии) детям, может быть, и нельзя сидеть в телефоне и компьютере. Они могут общаться с другими людьми и свободно заниматься чем-либо в обществе. А дети с задержкой развития живут в своем мире, и им сложно себя таким образом проявлять. Так же научно доказано, что ребенок с РАС в некоторых аспектах лучше разбирается чем нормотипичный ребенок, например быстро осваивает языки, математические вычисления, хорошая память, и так далее. Если есть такая возможность, как с помощью приложений и мультфильмов, развивать такие особенности, а также дополнительно обучить каким-то навыкам общения в обществе, то почему бы и не использовать ее.»

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования показали, что приложение для ребенка должно быть красочным и ярким, буквы и кнопки – крупными, рекомендуется использовать мультипликацию, чтобы заинтересовать ребенка и привлечь его внимание, а затем уже предлагать задание.

Также, для подтверждения теории о том, что обучающее приложение необходимо для детей с особенностями развития, было рассмотрено мнение нейропсихолога.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе анализа было определено, кто такие дети с задержкой развития и какими отличительными признаками они обладают, рассмотрены уже существующие детские приложения для аутистов и сделан вывод, что данных приложений в общем доступе очень мало.

Далее для разработки собственного приложения потребовалось для примера рассмотреть несколько уже существующих аналогов и обозначить принципы проектирования детского игрового приложения.

В заключение, чтобы показать важность таких приложений было рассмотрено мнение специалиста. Ведущий нейропсихолог с большим опытом работы с «особенными» детьми считает, что данное приложение необходимо, так как поможет детям развить свои способности и научиться адаптироваться в обществе.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Дизайн» Пендикова И. Г.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Задержка развития // Динамика. Специализированный центр ортопедической неврологии : офиц. сайт. – URL: <https://mcdinamika.ru/chto-lechim/zaderzhka-razvitiya.html> (дата обращения 17.11.2022).
2. Задержка психического развития (ЗПР) // Meds : сайт. – URL: <https://meds.ru/illness/zaderzhka-psihicheskogo-razvitiya-zpr> (дата обращения 17.11.2022).
3. Шипова, Л. В. История и современное состояние изучения детей с задержкой психического развития / Л. В. Шипова // Ваш психолог : сайт. – URL:

<http://www.vashpsixolog.ru/lectures-on-the-psychology/195-patopsixologiya/3482-istoriya-i-sovremennoe-sostoyanie-izucheniya-detej-s-zaderzhkoj-psixicheskogo-razvitiya> (дата обращения 17.11.2022).

4. Мальтинская, Н. А. История развития учения об аутизме / Н. А. Мальтинская // Концепт : науч.-метод. электронный журнал. – 2017. – № S11. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/470137.html> (дата обращения 17.11.2022).

5. 11 вопросов про МКБ-11. Отвечает Иван Мартынихин, врач-психиатр и эксперт фонда «Антон тут рядом» // Антон тут рядом : офиц. сайт. – URL: <https://antontut.ru/news/11-voprosov-pro-mkb-11/> (дата обращения 11.11.2022).

6. Васильева, Д. Интерфейсы для тех, кто еще не читает. Принципы проектирования детского UX/UI / Д. Васильева // Хабр : сайт. – URL: [https://habr.com/ru/company/uchi\\_ru/blog/516356/](https://habr.com/ru/company/uchi_ru/blog/516356/) (дата обращения 11.11.2022).

УДК 7.011.26

## **ВЛИЯНИЕ СТРИТ-АРТА НА ГОРОДСКУЮ СРЕДУ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

### **THE INFLUENCE OF STREET-ART ON THE URBAN ENVIRONMENT ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF ST. PETERSBURG**

**М. В. Весёлкина, В. И. Пономарёва**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**M. V. Veselkina, V. I. Ponomareva**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – граффити и стрит-арт являются неотъемлемой частью современного городского пространства. Они встречаются везде: в центре города и на окраинах, на старых машинах, стоящих на обочине, фонарях, объектах уличного благоустройства. Это направление искусства вызывает большое количество эτικο-эстетических вопросов, особенно отчетливо это прослеживается в Санкт-Петербурге, так как граффити внедряются даже в исторический центр, имеющий важнейший культурно-исторический статус. Цель данной статьи – выяснить, позитивно или негативно влияние стрит-арта на облик Санкт-Петербурга.

**Ключевые слова** – уличное искусство, стрит-арт, городская среда, Санкт-Петербург

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

Объектом исследования являются граффити на улицах Санкт-Петербурга, предметом – воздействие граффити на городскую среду. Тема данной статьи является актуальной, так как уличное искусство интенсивно развивается с каждым днем во многих крупных городах. Целью исследования является изучение стрит-арта и его особенностей.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основная задача – выявление позитивных и негативных черт этого стиля. Используя теоретические материалы и собственные наблюдения, авторы решали две основные задачи:

- сбор материала;
- анализ общественного мнения.

Результатом исследования является обобщение опыта, полученного из опроса. Можно предположить, что анализ материала статьи покажет, как уличное искусство влияет на городскую среду. На данный момент истоки зарождения и история развития стрит-арта мало изучены, но благодаря вниманию общественности к этому явлению информация, касающаяся связанных с ним вопросов, постепенно увеличивается.

## III. ТЕОРИЯ

Для того, чтобы выяснить общественное мнение, был проведен опрос, в котором приняли участие 30 студентов по специализации «Дизайн» в возрасте от 18 до 22 лет. Участники отвечали на 8 вопросов и имели право выбрать ответ из двух вариантов: да или нет.

Вопросы:

- 1) Бывали ли вы раньше в Санкт-Петербурге?
- 2) Ожидаете ли вы в центре города увидеть граффити?
- 3) На ваш взгляд, современное граффити на фасадах исторических зданий уместно?
- 4) Считаете ли вы, что граффити портят облик города?
- 5) Нравится ли вам стрит-арт в целом?
- 6) Влияет ли уличное искусство на городскую среду Санкт-Петербурга?
- 7) Считаете ли вы это вандализмом?
- 8) Является ли стрит-арт способом диалога с жителями?

Для получения более точных ответов был приведен пояснительный зрительный ряд (рис. 1), а также приложена ознакомительная информация: стрит-арт (англ. Street art – уличное искусство) – вид современного изобразительного искусства, отличительной особенностью которого является ярко выраженный урбанистический характер. Самое главное в стрит-арте – не «присвоить» территорию, а вовлечь зрителя в диалог и показать какую-либо сюжетную программу [3].

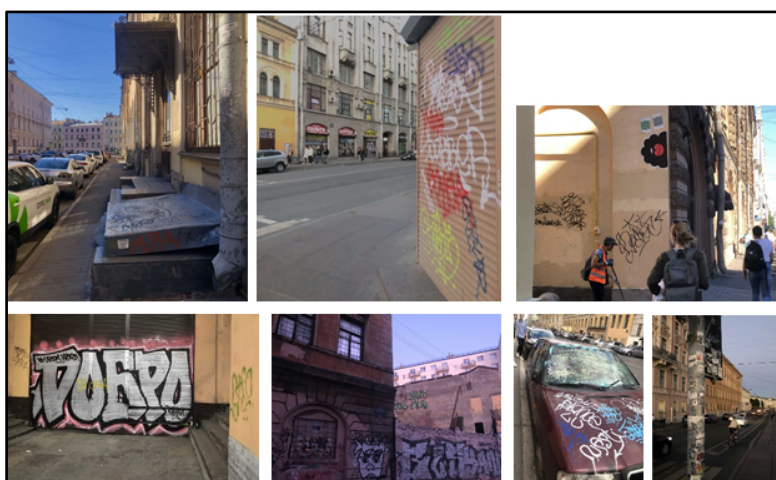


Рис. 1. Актуальное состояние городских улиц в исторической части Санкт-Петербурга

Особенности стрит-арта:

1) обращение к конкретным видам творчества, таким как графика, скульптура, объемные инсталляции;

2) наличие элементов общего стиля в искусстве – поп-арта, нонконформизма и других течений;

3) наличие характерных специфических особенностей – художники стремятся оставить большое количество надписей, проработать каждую деталь; главное для них – создать настроение или изменить внешний вид улицы.

Самым распространенным видом стрит-арта является граффити, его основные приемы:

1) hrow-up – использование одного или двух цветов для контура и заливки;

2) blockbuster – использование ярких букв, которые отличаются массивностью и часто имеют кубическую форму. Здесь выделяется стиль Bubble;

3) WildStyle – основан на переплетении очень большого числа контуров, что существенно затрудняет прочтение надписей [4].

Следует отметить, что в Санкт-Петербурге проходила выставка-ретроспектива уличного художника Паши183 (Павел Пухов, 1983-2013), известного во всем мире как P183 или «Русский Бэнкси». По некоторым статистическим данным, 70% людей ответили, что приехали в Петербург, чтобы познакомиться с местным уличным искусством. Это доказывает актуальность данной темы.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В результате анализа проведенного опроса 30 респондентов была выведена следующая статистика (табл. 1).

Таблица 1

##### Соотношение позитивных и негативных мнений респондентов, участвовавших в опросе\*

Вопросы	Количество респондентов 30	
	Ответы Да	Ответы Нет
Бывали ли Вы раньше в Санкт-Петербурге?	60%	40%
Ожидаете ли Вы в центре города увидеть граффити?	70%	30%
На Ваш взгляд, современное граффити на фасадах исторических зданий уместно?	30%	70%
Считаете ли Вы, что граффити портят облик города?	80%	20%
Нравится ли Вам стрит-арт в целом?	50%	50%
Влияет ли уличное искусство на городскую среду Санкт-Петербурга?	90%	10%
Считаете ли Вы это вандализмом?	50%	50%
Является ли стрит арт способом диалога с жителями?	90%	10%

\*Участвовали 30 студентов по специализации «Дизайн» в возрасте от 18 до 22 лет.

Данные исследования позволяют сделать вывод о том, что большинство людей видят в граффити негативный аспект: они портят облик города, неуместны на фасадах зданий, но в то же время почти все ожидают увидеть стрит-арт в центре города, и многие считают, что это способ диалога. Примечательно, что мнения опрошенных при ответе на вопрос, нравится ли им стрит-арт в целом, разделились практически поровну. Это доказывает, что уличное ис-

кусство имеет право на существование, и многие относятся к нему нейтрально – важно, чтобы было подходящее место, а центр Санкт-Петербурга таковым не является. Примером тактичного отношения к окружающей среде является популярное граффити «Аленка» Паши183 на старых бетонных плитах (рис. 8), выполненное в 2008-2009 годах на территории Национального парка «Лосиный Остров» в Подмоскowie – работа привлекает туристов и не портит облик города [1]. Это первый в России объект уличного искусства, который будет подвергнут профессиональной музейной реставрации, после чего «шоколадка» займет место в экспозиции Музея стрит-арта в Петербурге.



Рис. 2. Паша183. Аленка. Лосиный остров. 2008-2009

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Примеры уличного искусства Санкт-Петербурга показали, что граффити и стрит-арт молниеносно развиваются, благодаря чему создаются новые достопримечательности, которые, к сожалению, в тоже время способны испортить историко-культурный облик города. На данный момент стрит-арт – это мощный инструмент по изменению облика места, где находится граффити. Применение этого инструмента разнообразно: он может выступать как средство борьбы с серостью и однообразием или указывать на городские проблемы – например, на ветхость историко-культурного объекта, что не всегда уместно. Проблемы искусства, тем более современного, серьезны, многогранны, нередко соприкасаются с философией и эстетикой. Их разрешение по большей части достаточно сложно – искусство отражает свое время, которое сейчас необычайно многообразно, динамично и во многом противоречиво.

Знаменательно, что именно в Санкт-Петербурге появились первые в мире Музей и Институт исследования стрит-арта, это свидетельствует, что уличное искусство – важный этап художественного процесса, но его нужно контролировать, чтобы не «загрязнять» Санкт-Петербург с его величественной архитектурой и богатой историей.

Небольшой опыт дал важную информацию: были выявлены позитивные и негативные черты стрит-арта, причем объективный анализ все же показал преобладание негативных оценок.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В итоге следует признать, что уличное искусство влияет на городскую среду больше негативно, чем позитивно, так как граффити не всегда уместны на исторических зданиях и малых архитектурных формах городской среды. Один из вариантов решения проблемы нашел художник Паша183 – его работы, неуместные на территориях исторического центра, находятся в удаленных от города местах и в основном выполняют функцию «притяжения»



туристов. Для того чтобы город был чище, можно предназначить для уличного искусства отдельные объекты – стены временных построек, строительные будки и заборы, оградительные конструкции, фестивальные объекты, мобильные установки, приуроченные к какому-либо событию. Запретить уличное искусство невозможно, так как это приведет к активным протестам и появлению провокационных форм стрит-арта. Гармоничное сосуществование исторической среды и современного визуального искусства возможно лишь при стремлении обеих сторон к взаимному пониманию и уважению (рис. 3).



Рис. 2. Неизвестный автор. Портреты классиков, живших в этом районе ранее. Граффити на улице Рубинштейна. 2000-е

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белкин, А. И. Особенности психо-культурного опосредования ментальности авторов граффити и процесса мультикультурной интеграции / А. И. Белкин, В. И. Ионесов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2011. – Т. 13. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-psihokulturnogo-oposredovaniya-mentalnosti-avtorov-graffiti-i-protsesta-multikulturnoy-integratsii> (дата обращения: 03.04.22)
2. Головаха, И. Е. Социальное значение асоциальных граффити (бытование и функции современных киевских граффити) / И. Е. Головаха // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 64–77.
3. Хасиева, С. А. Архитектура городской среды : учеб. для вузов / С. А. Хасиева. – Москва : Стройиздат, 2001. – 200 с. – ISBN 5-274-01902-1.
4. Виды и стили стрит-арта // Crossarea : сайт. – URL: <https://crossarea.ru/street-art/vidy-i-stili-strit-arta/> (дата обращения: 03.04.22).
5. Как стрит-арт влияет на развитие международного туризма? // Луна : сайт. – URL: <https://luna-info.ru/discourse/strit-art-i-gorod/> (дата обращения: 01.04.22).
6. Алексеева, Е. Н. Основные факторы, влияющие на развитие стрит арта в контексте современной художественной культуры // Е. Н. Алексеева, Ю. А. Ершова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 5-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-factory-vliyayuschie-na-razvitie-strit-arta-v-kontekste-sovremennoy-hudozhestvennoy-kultury/viewer> (дата обращения: 03.04.22).

## **РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАЗДНИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА**

## **THE ROLE OF COMMUNICATIVE DESIGN IN THE ORGANIZATION OF FESTIVE SPACES**

**С. А. Высочина**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**S. A. Vysochina**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассматривается влияние коммуникативного дизайна на формирование концепции при проектировании праздничной среды во взаимосвязи интерьера и экстерьера. Представлено авторское видение развития праздника, посвященного Дню космонавтики, включая концептуальный вербальный аспект и визуальный ряд проектного предложения.

**Ключевые слова** – коммуникационный дизайн, интерьер, экстерьер, праздничное пространство

### **I. ВВЕДЕНИЕ**

Согласно определению, «праздник» – это обусловленный определенным промежутком времени, выделенный в календаре в честь кого-то или чего-то, связанный с какой-либо сферой жизни человека – культура, религия и т.д.

Дизайн праздничной среды напрямую связан с многозначностью термина «праздник», его спецификой и интерпретацией с точки зрения различных групп населения, возрастного ценза, уровня социальной значимости праздника. Указанные критерии влияют на широту и разнообразие феноменов, используемых при проектировании праздничной среды [1]. В данном контексте стоит отметить немаловажную роль коммуникативного дизайна как связующего звена между объектами материальной и духовной культуры.

Учитывая, что «Коммуникационный дизайн» является смешанной дисциплиной, находящейся между дизайном и разработкой информации, необходимо сделать акцент на эффективности коммуникации как свойстве дизайна, представленного в виде обращения к потребителю посредством актуальной информативности и выразительности языка. Проектировщик играет роль «коммуникатора» между объектом, который он спроектировал и его потребителем. В связи с этим разработка дизайна праздничного средового пространства приобретает особую специфику. Возникает необходимость соединения художественных приемов сценографического искусства и приемов в области дизайна архитектурной среды, погружения специфики массового мероприятия в дизайн городского пространства, в существующие улицы, площади и парки [2].

Таким образом, проектирование праздничного средового пространства является актуальной проблемой и имеет большое значение для архитектурно-дизайнерского проектирования объектов городской среды.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной работы является проанализировать влияние коммуникативного дизайна на организацию праздничной среды. Для достижения данной цели поставлены следующие задачи: проанализировать влияние выделенных критериев при создании дизайн-решения интерьерного и экстерьерного праздничного пространства на стадии концептуально-проектного предложения.

## III. ТЕОРИЯ

В настоящее время понятие «коммуникативный дизайн» означает достаточно большое направление в дизайне, которое базируется на двух больших группах:

- *Сообщение* – начальная единица коммуникации, представляющая собой некий диалог, который решает помимо информационных задач – привлечение внимания, установление контакта, влияние на эмоции, упрочнение или искоренение неких убеждений, помощь в процессе какого-либо выбора человеком. Сообщение может быть выражено не только вербально, но и в виде ощущения, определенного эмоционального воздействия [3];
- *Инновационность* – способность коммуникативного дизайна перетекать в поле деятельности современного визуального искусства. Инновационности присуща функциональность – как неотъемлемая часть дизайна, которая, в первую очередь, определяется коммуникативными параметрами. Со временем наблюдается стирание границ между этими двумя составляющими дизайна и как следствие, коммуникативный дизайн теперь больше, чем «знание формы», он скорее «форма знания» [4].

## IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В ходе исследования было разработано концептуально-проектное предложение проекта праздничной организации среды «Форпост в космосе», посвященное Дню космонавтики, празднование которого предлагается провести в Центральном административном округе г. Омска, на пересечении улиц Красный путь и 4-я Северная.

При разработке концепции проекта было рассмотрено влияние коммуникативного дизайна на организацию праздничной среды во взаимосвязи интерьера и экстерьера проектируемого объекта.

В здании физкультурно-оздоровительного комплекса предложено создать праздничное пространство под названием «Форпост в космосе», посвященное Всемирному дню космонавтики в России и Международному дню авиации и космонавтики – его отмечают во всем мире в день первого полета человека в космос, 12 апреля 1961 года.

Таким образом, авторская концепция предполагает ассоциативное образно-эмоциональное объединение двух равных по смыслу и наполнению праздников.

Авиация ассоциируется с высокими технологиями, с профессионально подготовленной космической командой. Все это вызывает ощущение надежности, уверенности, слаженности людей и технологий, общности, мобильности, восхищение инженерной мыслью. Эти образно-эмоциональные определения были заложены в основу разработки дизайна интерьеров.

Космическое пространство ассоциируется с малыми и большими звездами, Солнечной системой планеты Земля, бескрайними «Черными дырами» и т.п. Вселенная вызывает у человека восторг, но при этом и страх неизвестности. На таких ассоциативных образно-эмоциональных связях базируется идея проектирования экстерьера.

В авторской образной концепции форпост – это «плавающий» в бескрайнем и не до конца изученном пространстве Вселенной космический корабль «Союз», на борту которого работает профессионально подготовленная команда космонавтов «Союз» для экипажа выполняет функцию крепости, укрепления – места, где все члены команды чувствуют себя в безопасности. В роли профессиональной команды космонавтов выступают участники праздника. Творческим источником послужило внутреннее устройство космического корабля «Союз» (рис. 1а, 1б).

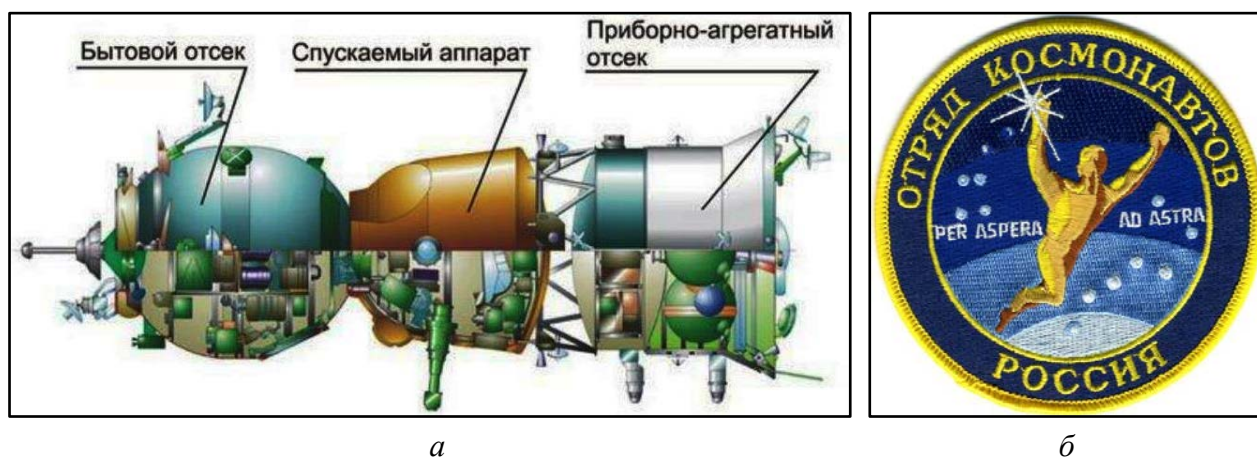


Рис. 1. Схема внутреннего устройства космического корабля «Союз»: а – схема внутреннего устройства; б – эмблема отряда космонавтов России

Интерьер космического судна состоит из трех ассоциативных секций:

**Бытовой отсек** включает переходный люк и стыковочный узел, антенны системы сближения, передающие антенны, телекамеру, посадочный люк. Блок ассоциируется с таким физическим явлением как невесомость; зона представлена как «Зеленая лаборатория» с растениями, выращенными на борту космического корабля (рис. 2а).

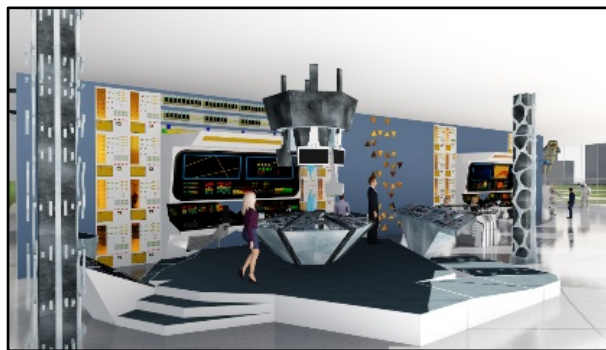
**Спускаемый аппарат** состоит из парашюта, перископа, иллюминатора, тепловой защиты. Секция ассоциируется с зоной главной входной группой, с ее ленточным остеклением и видом в экстерьер, словно окно иллюминатора с видом на бесконечную галактику (рис. 2б).

**Приборно-агрегатный отсек** объединяет двигатели причаливания и ориентации, датчик Земли, датчик Солнца, точки крепления солнечной батареи, датчик температуры, антенны аппаратуры сближения, двигательную установку, антенную связь, топливные баки, бак с жидким кислородом. В связи с этим отсек ассоциируется с технической зоной, наполненной сложными техническими приборами и установками, обеспечивающими всю работу корабля (рис. 2в) [5].

«Безграничная Вселенная» подразумевает создание образного решения экстерьера, символизирующего таинственное галактическое пространство (рис. 2г-2е).



*а*



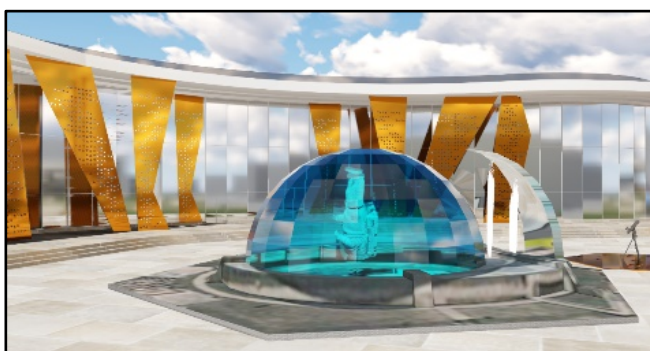
*б*



*в*



*г*



*д*



*е*

*Рис. 2.* Концептуально-проектное предложение проекта праздничной организации среды «Форпост в космосе». Виды на зоны в пространстве интерьера (2а-2в) и экстерьера (2г-2е);  
*а* – «Зеленая лаборатория»; *б* – «Управление»; *в* – историческая зона;  
*г* – «Поехали!»; *д* – «Гравитация»; *е* – «Планетарий»

Таким образом, авторская концепция дизайн-проекта праздничного оформления «Форпост в космосе» базируется на ассоциативном образно-эмоциональном определении праздника, посвященного Дню космонавтики и авиации 12 апреля. Концептуально решается вопрос о взаимосвязи интерьера и экстерьера.

Колористическое решение связано с базовой цветовой гаммой эмблемы отряда космонавтов России [6]. Исходя из этого, авторская концепция предполагает использование следующего цветового сочетания: синий, желтый, белый, серый. Синий цвет будет ассоциироваться с бескрайним пространством Вселенной. Желтый – с победой, первенством. Белый – освоение неизведанного, открытие нового. Серый, как цвет металла, будет вызывать ощущение надежности, безопасности космического.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенной работы говорят о том, что при помощи коммуникативного дизайна, а именно его двух главных составляющих – «сообщения и инновационности» можно более полно раскрыть и передать посетителю образ проектируемого праздничного пространства.

На основе «сообщения» при разработке дизайн-проекта получается выстроить своеобразный диалог, взаимодействие с гостями «Форпоста» при помощи ассоциаций, ощущений, эмоций, образно-эмоционального восприятия.

«Инновационность» вместе с функциональным аспектом обеспечивает создание комфортных условий для пребывания человека на мероприятии с учетом формообразования объектов, где коммуникативный дизайн регламентирует креативные, новые объемы, удобные для зрительного и тактильного взаимодействия.

В связи с этим разработка дизайна праздничного средового пространства приобретает особую специфику. Возникает необходимость соединения художественных приемов сценографического искусства и дизайна архитектурной среды, «погружения» массового мероприятия в городское пространство улиц, площадей и парков.

## IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе сделана попытка проведения анализа влияния коммуникативного дизайна на организацию образно-эмоционального праздничного пространства. Был выделен ряд критериев: «сообщение», «инновационность». В качестве примера представлена авторская концепция организации праздничной среды, посвященной Дню космонавтики, где в полной мере смогут быть задействованы не только эмоциональные, но и информационные ресурсы, позволяющие посетителям коммуницировать между собой, познавая мир Космоса в инновационном формате получения информации.

Научный руководитель: доцент кафедры «Дизайн», Алгазина Н. В.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Праздник // Wikipedia : свободная энциклопедия. – URL.: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA> (дата обращения 10.11.22).
2. Коммуникационный дизайн // Wikipedia : свободная энциклопедия. – URL.: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9\\_%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD) (дата обращения 10.11.22).
3. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В. Д. Курушин. – Москва : ДМК Пресс, 2017. – 308 с. – ISBN 978-5-97060-553-0.
4. Кертис, Х. Flash Web-дизайн. Опыт профессионалов / Х. Кертис. – Москва : ДМК Пресс, 2008. – 256 с. – ISBN 5-94074-121-5.
5. «Союз» (космический корабль) // Wikipedia : свободная энциклопедия. – URL.: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7\\_\(%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8C\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7_(%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8C)) (дата обращения 06.10.22).
6. Эмблема отрядов космонавтов // AstroNOTE : космическая энциклопедия. – URL.: [https://astronaut.ru/patches/russia/russia0.htm?reload\\_coolmenus](https://astronaut.ru/patches/russia/russia0.htm?reload_coolmenus) (дата обращения 08.11.22).

## ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ТИПОГРАФИКИ В РУССКОЙ КНИГЕ

### HISTORICAL EXPERIENCE OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF TYPOGRAPHY IN THE RUSSIAN BOOK

**А. В. Кучерова**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. V. Kucherova**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье рассматривается история становления и развитие типографии в русской книге. Представлен теоретический обзор основных этапов принципов типографии, а также влияние ее на современный дизайн книги. Выполнен анализ русской рукописной и печатной книги, раскрывающий принципы типографии нескольких столетий с конца IX до начала XX веков, которые оказали влияние на современный дизайн книги.

**Ключевые слова** – типографика, славянская письменность, инициалы

#### I. ВВЕДЕНИЕ

Книга в Древней Руси обладала большой ценностью, так как запечатлевала исторический ход событий и отражала суждение летописца. Происхождение славянской письменности связано с деятельностью святых Кирилла и Мефодия, которые в 863 году разработали азбуку для западных славян и перевели на славянский язык ряд богослужебных книг. Постепенно эта азбука распространилась среди южных славян в Сербии и Болгарии, а позднее появилась на территории Древней Руси. Вместе с принятием христианства в 989 году пришли и книги, как источники, распространения христианского учения. Следует отметить, что древнейшие славянские рукописи написаны не одной, а двумя азбуками: глаголицей и кириллицей. Глаголический алфавит очень сложен для восприятия и чтения, он включает 40 букв, и в написании используется множество декоративных элементов – овалы, петли, кольца. Кириллица – это церковно-славянский алфавит, который и в настоящее время используется в христианской литературе [1]. Создание алфавита славяно-русской системы письма – кириллицы – относится к концу IX – началу X века, оно послужило основой становления и развития типографии русской книги.

#### II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение исторического опыта становления и развития типографии в русской книге. Для достижения цели поставлены следующие задачи: выполнить исторический экскурс по развитию типографии в России; рассмотреть этапы развития русской книги и показать ее влияние на современный дизайн книги.

### III. ТЕОРИЯ

Славянское письмо пришло на Русь из Болгарии. В древнем Киеве – столице Киевской Руси, при князе Ярославе Мудром была создана первая русская школа и училище мастеров рукописной книги, где готовили переписчиков текстов, учили каллиграфии и приемам украшения книги. Благодаря этому искусство рукописной книги было доведено на Руси до совершенства, о чем свидетельствуют десятки тысяч рукописных книг, написанных с XI по XVII век и сохранившихся до наших дней. Многие рукописные шедевры погибли в результате постоянных нашествий половцев, монголо-татарского ига, в пожарах княжеских междоусобных войн. Среди сохранившихся рукописных книг Руси – Реймское Евангелие (первая половина XI-начало XII века), Остромирово Евангелие (1056-1057), «Изборник» Святослава (1073-1076), Мстиславово Евангелие (1115) [2]. «Остромирово Евангелие» – превосходный образец рукописной книги древней Руси (рис. 1).

Книга была написана дьяконом Григорием в 1056-1057 годах по указу новгородского посадника Остромира. Остромирово Евангелие богато декорировано орнаментом, имеет множество буквиц. Кроме того, книга содержит изображения евангелистов и красочные с золотыми элементами заставки (рис. 2).



Рис. 1. Инициалы Остромирова Евангелия

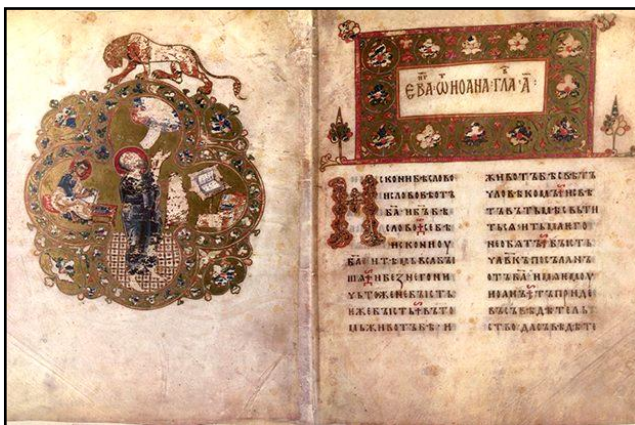


Рис. 2. Разворот Остромирова Евангелия

В развитии русской рукописной книги ведущую роль играли монастыри, в них переводились и переписывались книги. Книга создавалась трудами нескольких человек, среди которых были *доброписец*, *чернописный*, *статейный писец*, *заставочный писец*, *живописец*, *иконный*, *златописец*, *златокузнец*, *среброкузнец* и *сканный мастер*.

Другой замечательной по красоте рукописного текста книгой, в которой к тому же говорится о важности чтения книг для праведника, был «Изборник Святослава», написанный в 1073 году (рис. 3).

Искусство рукописной книги было развито не только в столице Древней Руси того времени Киеве, но и в других центрах крупных княжеств: Новгороде, Владимире, Суздале, Пскове, Твери, Смоленске и Москве. Материалом для древней рукописной книги служил пергамент – специальным способом выделанная телячья кожа, приготовленная для письма.

Оформление рукописных книг всегда осуществлялось с учетом установленных принципов: фронтисписом служила миниатюра, на начальной странице помещались заставка и инициал (рис. 3). Этот принцип существует и в дизайне современной книги.





Рис. 3. Изборник Святослава:  
разворот книги. Фронтиспис и начальная страница

Все рукописные книги и другие тексты на Руси были написаны одним из трех типов шрифта: устав, полуустав и скоропись. Устав – древнейшая форма кириллицы, характерная для древних рукописей. Буквы устава имели пропорции, приближенные к квадрату, с угловатым рисунком, прямого начертания, с незначительным количеством выступающих вверх и вниз элементов [3]. Примером уставного классического письма является «Остромирово Евангелие». Устав просуществовал до XIV века.

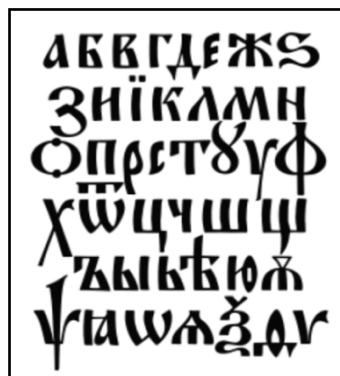


Рис. 4. Древнерусский  
рукописный шрифт «устав». XI век

Полуустав возник в XIV веке и просуществовал до XX века. Появление устава обеспечило Древней Руси возможность создавать и читать рукописные книги, проникнуть в учение Христианства, приобщиться к европейской культуре. Создание полуустава стало основой разработки шрифта для развития национальной литературы Средневековья в рамках рукописной книги. Писать полууставом было быстрее и легче благодаря небольшому наклону вертикальных штрихов, как показано на рис. 5.

В процессе развития делового письма сформировалась скоропись, которая существовала одновременно с полууставом. Скоропись XIV века близка к полууставу, а в XV веке она становится более свободной – буквы пишутся без отрыва пера, что способствовало скорости письма. Скоропись является самым динамичным видом кириллического письма (рис. 6).

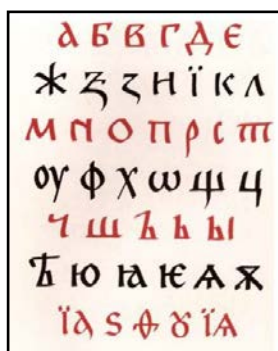


Рис. 5. Древнерусский рукописный шрифт «полуустав». XIV век

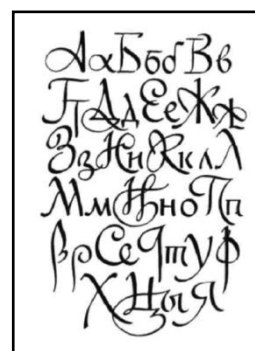


Рис. 6. Древнерусский рукописный шрифт «скоропись». XIV век

В основу первых русских типографских шрифтов лег полуустав, открывший для русской культуры эпоху книгопечатания [4, с. 34].

#### IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В XVII веке скоропись отличалась особым изяществом и каллиграфией, письмо стало плавным, округлым, открыло возможности для дальнейшего развития. Именно в скорописи XVII века были созданы формы некоторых букв русского алфавита, которые в дальнейшем почти не изменились – а, б, в, е, з, и, т, о, с, то есть сложилась графика современного начертания букв.

Для оформления рукописной книги применялись также разные виды декоративных древнерусских шрифтов, которые называются *вязью*. *Русская вязь* – декоративное письмо для выделения заголовков, применялась с XV века. В рукописях в основном использовалась *штамбованная вязь*, основным приемом которой была мачтовая лигатура. Этот прием предполагал соединение двух соседних штрихов (штамбов) в один. Как представлено на рисунке, этот прием использовали на округлых элементах букв, которые принимали форму вертикальных штрихов – полуштамбов (рис. 7). Этот принцип сегодня применяется в некоторых случаях в современной типографике.

При таком построении надписи образовывались на строке пустоты, которые заполнялись сильно измененными миндалевидными формами овальных букв О, Е, С, полумачтами, в некоторых случаях включали декоративные элементы (рис. 8).



Рис. 7. Древнерусский рукописный шрифт «вязь»



Рис. 8. Древнерусский рукописный шрифт «вязь» с декоративными элементами

Развитие скорописи в XVII веке послужило основой для реформы шрифта, предпринятой Петром I. В результате этой реформы был создан *гражданский петровский шрифт*: *полуустав*, применяемый для церковных книг, переходит в гражданское делопроизводство (рис. 9), преобразуется в гражданское письмо, курсивный вариант – скоропись – в гражданскую скоропись [4, с. 36].



Рис. 9. Гражданский петровский шрифт XVII века

Книгопечатание было официально введено в России с 1553 года. По заданию царя Ивана Грозного и при содействии митрополита Макария в Москве был построен печатный двор – первая в России типография. Возглавил работу печатного двора Иван Федоров, большое участие в организации и выполнении работ принял Петр Мстиславец. Первая печатная книга «Апостол» была отпечатана в 1564 году (рис. 10).



Рис. 10. И. Федоров. Апостол. 1564



Рис. 11. А. Трухменский по рисунку С. Ушакова. Царь Давид-псалмопевец. Гравюра на меди. 1680, Оружейная палата

В 1574 году мастерами Печатного двора было немало церковных книг, букварей, славянская грамматика. Как видно на рисунках 10-11, шрифт, композиция страницы, титульный лист, фронтиспис, орнаментальные решения этих изданий были выполнены в традициях русской рукописной книги. До середины XVII века оформление печатной книги осуществлялось с гравюр на дереве. Рисунки изготовлялись художниками-графиками, с которых специалисты-граверы вырезали печатные формы. Некоторое время спустя в производство печатной книги была введена техника резцовой гравюры на меди.

Развитие этого вида гравюры в русском искусстве книги связано с именами художника Симона Федоровича Ушакова, который делал рисунки, и гравера Афанасия Трухменского, выполнявшего изображения на медных досках (рис. 11).

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В создании русской рукописной и печатной книги наблюдается закономерность формирования ее целостного образа, близкая к решениям современного дизайна. Кроме того, следует отметить, что мастера книжного дела большое внимание уделяли композиции книжного листа, разворота. Мастера-книжники стремились к максимальной наглядности, старались рационально сконструировать книжную страницу и в то же время решать чисто декоративные задачи [5, с. 14].

Орнаментальные заставки в русской книге разделяют части текста на главы, фронтисписы для каждой части книги, декоративные инициалы демонстрируют элементы общей архитектоники книги. Печатная книга конца XVII-XVIII веков в России развивалась в рамках формирования национального книжного шрифта. По заказу Петра I был разработан и отпечатан в Амстердаме новый гражданский шрифт, освобожденный от громоздких выносных элементов букв и приближенный к западноевропейскому шрифту. В целом печатная книга в России проходила те же этапы развития, что и западноевропейская.

В России с древних времен до наших дней существовало два подхода к оформлению книги. Один предполагал сведение декора к минимуму и отдавал предпочтение иллюстрированию каждой страницы. Такое оформление давало возможность сосредоточить внимание на восприятии сложного текста и через иллюстрацию пояснить его смысл, место действия и сюжет. Второй подход демонстрировал интеграцию слова, изображения и декоративного украшения орнаментом.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кучерова, А. В. Типографика : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 4.03.01 «Дизайн» / А. В. Кучерова. – Омск : Омский государственный технический университет, 2022. – 144 с.
2. Йончев, В. Книгата през вековете / В. Йончев. – София : Български художник, 1976. – 416 с.
3. Скобелкин, О. В. Русская палеография : учеб. пособие / О. В. Скобелкин. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2005. – 40 с.
4. Смирнов, С. И. Шрифт и шрифтовой плакат / С. И. Смирнов. – 3-е изд. – Москва : Плакат, 1980. – 144 с.
5. Подобедова, О. И. О природе книжной иллюстрации / О. И. Подобедова. – Москва : Советский художник, 1973. – 336 с.

## **ВЛИЯНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ДИЗАЙНА НАВИГАЦИИ ВЕБ-САЙТА НА ОПЫТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ**

### **IMPACT OF WEBSITE NAVIGATION DESIGN ELEMENTS ON USER EXPERIENCE**

**М. П. Лернер**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет информационных технологий и компьютерных систем, г. Омск, Россия*

**M. P. Lerner**

*Omsk State Technical University,  
Information Technology and Computer Systems Faculty, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена анализу влияния элементов дизайна навигации веб-сайта на опыт пользователя. Актуальность данной темы обусловлена популярностью веб-сайтов, а также спросом на удобство работы с интерфейсом веб-страницы.

**Ключевые слова** – визуальный паттерн, интерфейс веб-сайта, элементы дизайна навигации интерфейса, иконка, текстовая кнопка

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

В настоящее время почти каждая компания имеет собственный сайт, предназначенный для увеличения объемов реализации своих товаров и услуг, однако не все сайты являются оптимальными и удобными для пользователей с точки зрения поиска и доступа к актуальной информации.

Важным компонентом сайта при этом является именно функциональность сайта и простота использования этой функциональности. При этом, несмотря на обширный функционал веб-ресурса, дизайн влияет на скорость и удобство работы, а также на решение пользователя остаться на данном сайте или покинуть его.

#### **II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ**

Целью представленного исследования является обзор универсальных правил создания элементов дизайна навигации на сайте. Для достижения цели рассматриваются следующие подходы: анализ влияния графических и текстовых элементов на удобство пользователя; выявление правил исполнения элементов дизайна навигации; нахождение принципов, по которым применяются правила.

#### **III. ТЕОРИЯ**

Самым важным инструментом для пользователя является навигация по странице. Навигация определяет взаимодействие пользователя с веб-страницей, дизайном и переход от одного элемента интерфейса к другому. Важной задачей навигации является расположение

кнопок и создание иконок. Иконка – это элемент графического интерфейса, небольшая картинка, которая идентифицирует приложение, каталог и т. д. Клик на иконку вызывает соответствующее действие. Иконки (их общепринятый размер составляет не менее 9 мм) должны быть протестированы на удобство использования. Для того чтобы сформировать иконку, соответствующую действию, необходимо использовать так называемое «правило пяти секунд»: придумать ее не более чем за 5 секунд. Если затрата времени больше, то скорее всего желаемое значение не будет передано эффективно [1, 2, 3].

При разработке дизайна главное – создавать элементы стереотипными и предсказуемыми для удобства использования. Для реализации иконок надо учитывать вариации размеров экрана и составлять изображения из минимального количества элементов, так как слишком подробная детализация повышает утомляемость пользователей и снижает способность распознавания. При необходимости сделать иконку для нестандартной функции следует создавать поясняющие подписи, чтобы функция становилась самоочевидной, и пользователь мог быстрее разобраться с интерфейсом. Также не стоит создавать разноцветную иконку, которую можно не распознать на фоне и проигнорировать [3].

Не менее важным элементом дизайна навигации являются текстовые кнопки. Для того чтобы правильно их расположить, необходимо знать, какой визуальный паттерн преобладает в стране, для которой создается сайт. Паттерн – это алгоритм поведения пользователя при просмотре. Так, в европейских странах читают слева направо: это означает, что там используются F-образный и Z-образный паттерны. F-образный паттерн представляет собой шаблон просмотра, при котором внимание концентрируется в верхнем левом углу и ограничивается первыми несколькими абзацами текста в убывающем порядке. При распределении важной информации использование такой схемы увеличивает вероятность того, что посетитель быстро найдет нужные данные и увидит самое важное, бегло пробежав взглядом по разделу.

Дизайн Z-паттерна задает маршрут, по которому движение человеческого глаза при просмотре страницы осуществляется слева направо, сверху вниз.

Оба паттерна просмотра страницы начинаются слева, и дизайнеру необходимо для удобства прочтения выравнивать текстовые кнопки по левому краю, а при создании текстовых кнопок выбирать правильный регистр текста. Для этого нужно руководствоваться тем, что читабельность текста в прописном регистре ухудшается, поскольку все слова имеют однородную прямоугольную форму. Текст, написанный только заглавными буквами, можно прочитать без утомления, если надпись состоит из одного или двух слов, но этого следует избегать, когда большинство кнопок меню состоят из 3 и более слов. При «сканировании» веб-сайта средствами любого из паттернов, пользователь стремится как можно больше пропустить, смотря на сайт в целом. Исходя из этого, нужно стараться по возможности сократить название кнопки, в противном случае пользователь может ее упустить [4, 5].

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

При создании иконок необходимо учитывать, что экраны устройств могут быть разными, и размер иконок вместе со всей веб-страницей может быть увеличен или уменьшен по отношению к изначальному экрану, на котором разрабатывался дизайн. На рис. 1 в качестве примера приведена иконка, обозначающая главную страницу. Изображение в верхнем ряду имеет слишком много неоправданных деталей и при уменьшении становится нечитаемым. Расположенный внизу правильный вариант, стандартизированный и минималистичный, при любом масштабе удобен для распознавания.



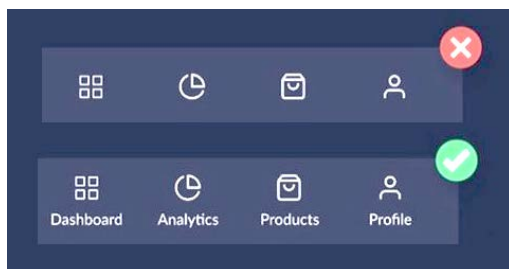
*Рис. 1. Ошибка (вверху)  
и правильное выполнение иконок  
для масштабируемости*

Иконки не стоит перегружать количеством цветов: на рис. 2 показано правильное и неправильное выполнение иконок. Иконка слева имеет много деталей и не является универсальной, она может сливаться с фоном сайта и может оказаться нераспознаваемой для пользователя. Иконка справа, напротив, универсальна, легко распознаваема и очевидна.



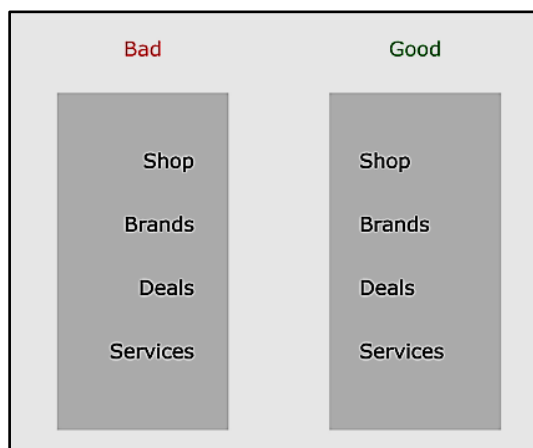
*Рис. 2. Ошибка (слева)  
и правильное выполнение иконок  
для распознаваемости*

Иногда бывают ситуации, когда необходимы неочевидные иконки для пользователей. На примере сверху продемонстрированы такие иконки – при отсутствии подписей пользователь может быть дезориентирован, и ему придется переходить в каждый раздел, чтобы узнать, что это (рис. 3). На варианте внизу имеются подписи, которые помогут пользователю разобраться со значением кнопки и сделать ее самоочевидной.



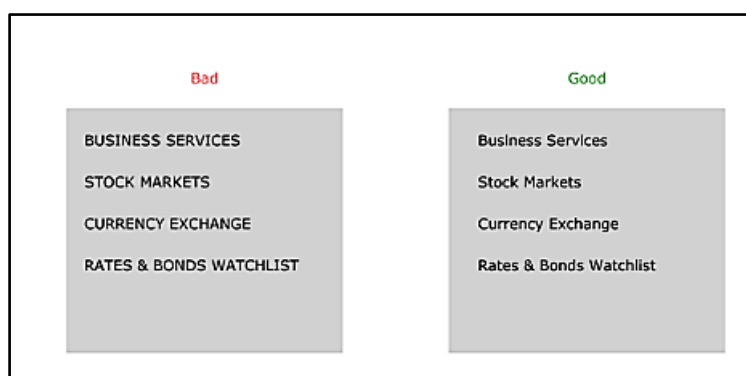
*Рис. 3. Ошибка (вверху)  
и правильное выполнение  
подписей к иконкам*

При создании кнопок меню необходимо учитывать паттерны просмотра страницы. На примере слева выравнивание выполнено по правому краю, что неприемлемо для стран, читающих слева направо – этот вариант дезориентирует пользователя и делает прочтение сложным, а на примере справа представлено обычное расположение кнопок, не вызывающее у пользователя дискомфорта (рис. 4).



*Рис. 4. Ошибка (слева) и правильное выполнение выравнивания текстовых кнопок*

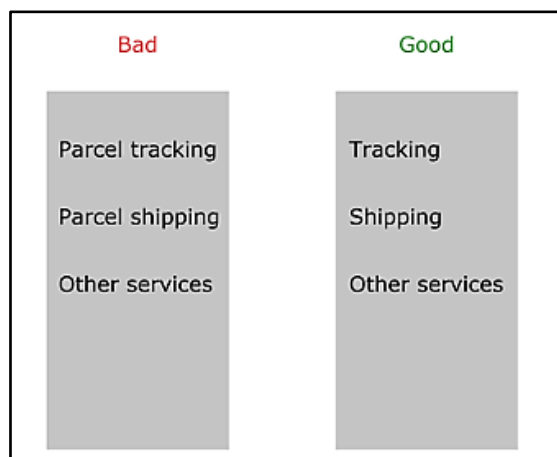
Выбор регистра для текстовой кнопки может повлиять на удобство прочтения и скорость работы. На рис. 5 справа показан пример текста, который легко прочитать, но при чтении текста, расположенного слева, могут возникнуть проблемы, так как все слова имеют однородную прямоугольную форму, что замедляет восприятие (рис. 5).



*Рис. 5. Ошибка (слева) и правильный выбор регистра текстовых кнопок*

Также стоит не забывать о поверхностном прочтении пользователем, в результате чего пользователь может устать и не прочитать полное название кнопки. На примере слева представлен длинный текст кнопки, а на примере справа короткий. Разумеется, сократить надпись не всегда возможно, но там, где такая возможность имеется, следует это делать для улучшения скорости и удобства прочтения (рис 6).





*Рис. 6. Ошибка (слева) и правильное выполнение надписей текстовых кнопок*

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования говорят о том, что соблюдение всех правил максимально повысит скорость и удобство работы пользователя. Необходимо стараться делать иконки эстетичными, стереотипными и лаконичными, создавать их легко масштабируемыми и снабжать надписями в случае неочевидности. При создании текстовых кнопок нужно придерживаться визуальных паттернов, сокращать названия и для большей читабельности делать их строчными.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования были определены необходимые правила реализации элементов дизайна для удобной навигации по веб-сайту, рассмотрены примеры правильного и неправильного формирования элементов, показаны результаты различных подходов к выполнению работы. Это позволило прийти к выводу, что правила, приведенные в статье, являются необходимыми для реализации элементов дизайна навигации веб-страницы, что обеспечивает удобство работы пользователей.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Математические методы и информационные технологии в экономике», Ткаченко О. Н.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Навигация в дизайне сайта: основные элементы и примеры использования // idbi : сайт. – URL: <https://idbi.ru/blogs/blog/navigatsiya-v-dizayne-sayta> (дата обращения: 01.11.2022).
2. Артюхов, И. Как оформить навигацию по сайту, чтобы на нём захотелось остаться: советы и чек-лист от дизайнера / И. Артюхов // HIGHLOAD : сайт. – URL: <https://highload.today/blogs/kak-oformlyat-navigatsiyu-sajta/#1> (дата обращения: 01.11.2022).
3. Базовые модели мобильной навигации // UX LAB : сайт. – URL: <https://uxlab.by/blog/bazovyye-modeli-mobilnoy-navigatsii/> (дата обращения: 01.11.2022).
4. Копылов, Р. Новое исследование от Nielsen Norman Group: нюансы в чередовании расположения контента / Р. Копылов // Sayhi : сайт. – URL: <https://say-hi.me/design/novoe->

issledovanie-ot-nielsen-norman-group-nyuansy-v-cheredovanii-raspolozheniya-kontenta.html#prettyPhoto (дата обращения: 01.11.2022).

5. Практические советы по дизайну удобной навигации на сайте // UX PUB : сайт. – URL: <https://ux.pub/editorial/prakticheskie-sovety-po-dizainu-udobnoi-navighatsii-na-saitie-3128> (дата обращения: 01.11.2022).

УДК 76.02

## **СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ОБУЧЕНИЯ КАЛЛИГРАФИИ СТУДЕНТОВ, ПИШУЩИХ ЛЕВОЙ РУКОЙ**

### **A MODERN CALLIGRAPHY LEARNING EXPERIENCE LEFT-HANDED STUDENTS**

**А. Н. Машанов, Д. Д. Анкушина**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. N. Mashanov, D. D. Ankushina**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – данная статья посвящена изучению современного опыта обучения каллиграфии и леттерингу для студентов, пишущих левой рукой. В статье рассматриваются основные правила и способы работы, помогающие адаптировать процесс обучения и использования каллиграфических инструментов для левшей. Актуальность данной темы неоспорима и обусловлена тем, что большинство учебников по каллиграфии традиционно ориентированы на людей, пишущих правой рукой, тогда как для левшей информации такого рода недостаточно.

**Ключевые слова** – каллиграфия, социально ориентированный проект, правописание для левшей

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

В современном мире большинство учебников по каллиграфии ориентированы на людей, пишущих правой рукой, тогда как для левшей подобной информации практически нет. Безусловно, при освоении этого искусства люди, пишущие левой рукой в обычной жизни, в процессе обучения сталкиваются с рядом особенностей и трудностей, которые им необходимо преодолевать. Поэтому актуальность данной темы для российского исследователя трудно переоценить, так как она имеет особое значение для левшей, составляющих примерно 30% нашего общества. Чтобы найти актуальные и действенные способы для успешного обучения студентов, пишущих левой рукой, было решено провести данное исследование.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение в теории и на практике способов и инструментов обучения каллиграфии, удобных для людей, пишущих левой рукой. Для достижения цели поставлены следующие задачи: определить отличия в каллиграфии между студентами, пишущими левой и правой рукой; определить самые эффективные приемы и правила для успешного каллиграфического почерка у левшей; рассмотреть реализацию написания левой рукой на практике и в перспективе создать учебное пособие.

## III. ТЕОРИЯ

Хочется отметить, что данный проект, в связи с острой необходимостью предоставления методической помощи обучающимся, является социально ориентированным и требует скорейшего решения проблемы. Для этого необходимо разработать подробную теоретическую и наглядную практическую части, где будут показаны методы обучения каллиграфии для студентов-левшей.

Для выявления методики обучения студентов, нужно прежде всего выявить различия в каллиграфическом письме между правшами и левшами. Изначальной основой здесь является посадка – положение пишущего за столом и размещение на столе рабочих инструментов. Собственно посадка левшей практически не отличается от общепринятой, но расположение предметов на рабочей поверхности будет другим: источник света должен находиться справа, чтобы свет падал на лист, а не на пишущую руку. В то время правшам рекомендуется располагать источник света с левой стороны, поскольку бумага, на которой выполняются записи, будет размещаться с наклоном вправо и по мере заполнения листа сдвигаться вверх. Правшам не обязательно придавать листу бумаги угол наклона и двигать лист вверх-вниз в зависимости от его заполнения (рис. 1). Немаловажным будет и правильная фиксация ручки в руке (рис.2). Подчеркнем, что приобретать специализированные «ручки для левшей» не обязательно – зачастую они более неудобны в работе, чем обычные ручки. Важно расположение пальцев на ручке – левше рекомендуется держать инструмент на расстоянии от 2,5 до 4 см, это несколько выше, чем для правши [3].

Три самых наиболее распространенных положения ручки для левшей следующие:

- позиция «крючка» (заключается в написании выше строки на листке бумаги);
- «под рукой» (рука пишущего расположена под строкой, а лист помещен под углом);
- вертикальная позиция подразумевает разворот листа на 90 градусов, в то время как рука делает движения снизу-вверх.

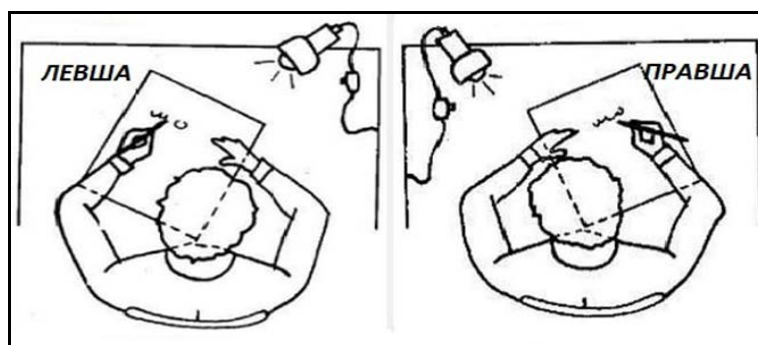


Рис. 1. Правильное положение листа бумаги и направление искусственного освещения.



Рис. 2. Правильная фиксация ручки в руке



Рис. 3. Пропись с использованием вертикальной позиции

Основной проблемой левшей является письмо остроконечным пером, так как здесь необходимо подобрать нужный угол для написания. Следовательно, каллиграфия для левши полностью противоположна принципу работы праворуких каллиграфов.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В результате практических занятий нужно отметить, что для левшей предпочтительнее использовать специальные ширококонечные перья с противоположным срезом пера. В этом случае легче освоить острые углы при написании курсивом. Чем сильнее угол наклона – тем более необходимо разворачивать левую руку назад и влево. В начале выполнения практических упражнений, на первых порах, лучше всего сдвигать лист влево один-два раза на каждой строке, это поможет сохранять угол наклона пера (рис. 3). Письмо под углом 90 градусов упрощает движения руки и углы наклона пера, но при этом труднее следить за наклоном букв, и написание сверху вниз требует определенных навыков. Если при письме используется позиция «крючка», все движения «от себя» становятся движениями «к себе» и наоборот, что затрудняет начертание плавных линий (рис. 4).

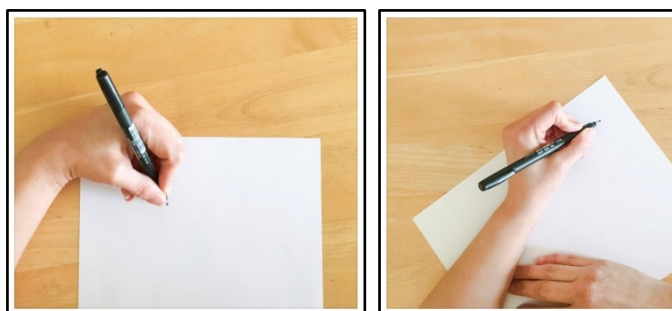


Рис. 4. Позиция «крючка» и позиция «под рукой»

#### V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Лучшим результатом при этом является максимально свободное движение левой рукой и не «зажатый» локоть. Конечно же, при письме левой рукой все зависит от индивидуальных особенностей студента, его привычки писать тем или иным приемом. Такие шрифты, как устав и полуустав, где перо держится под нулевым или близким к нему углом к горизонтали, осваиваются обучающимися легче.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования авторами определено, что помощь студентам, изучающим каллиграфию по дисциплине «Шрифт», необходимо пользоваться прописями со схемами написания букв различных шрифтов от латиницы до кириллицы. В таких пособиях специальными стрелочками и нумерацией указаны порядок и направление последовательности написания букв. Конечно, результат освоения каллиграфии будет намного выше, если практиковаться в упражнениях ежедневно.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Таранов, Н. Н. Художественно-образная выразительность шрифтов : монография / Н. Н. Таранов. – Волгоград : Перемена, 2000. – 168 с. – ISBN 5-88234-455-7.
2. Савкина, Н. Г. Педагогическое сопровождение леворуких учащихся / Н. Г. Савкина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskoe-soprovozhdenie-levorukih-uchaschihsya> дата обращения: 26.10.2022).
3. Погодин, Н. Особенности обучения детей левшей / Н. Погодин // Фоксфорд : онлайн-школа. – URL: <https://media.foxford.ru/articles/osobennosti-obucheniya-rebenka-levshi> (дата обращения: 26.10.2022).
4. Ледяева, Е. В. Проблемы современной психологии: левша или правша / Е. В. Ледяева // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2008. – № 7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-sovremennoy-psihologii-levsha-ili-pravsha> (дата обращения: 26.10.2022).

УДК 76.01

## КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ АВТОРСКОЙ КНИГИ

### CLASSIFICATION AND ANALYSIS OF THE AUTHOR'S BOOK

**А. Н. Машанов, П. С. Белова**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. N. Mashanov, P. S. Belova**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению концепции авторской книги; рассматриваются аспекты классификации книг. Актуальность данной темы обусловлена сменением фокуса с массовой культуры на элитарную, потребностью потребителем авторских решений в производстве, приоритетом уникальности над количеством в дизайнерской деятельности в условиях современных реалий.

**Ключевые слова** – авторская книга, концепция, арт-объект.

## I. ВВЕДЕНИЕ

Такой вид издания, как авторская книга, занимает особое место среди прочих литературно-художественных произведений. Ее ценность заключается в неповторимой особенности проявления творца. Достаточно вспомнить слова художницы и искусствоведа Дарьи Герасимовой: «Идеальный вариант, это когда человек и пишет, и рисует сам – это так называемая авторская книга. Она становится сейчас в мире очень популярной»[1]. Совокупность намерений и реализации и создает объект искусства.

Авторская книга определяется в первую очередь как произведение искусства, и лишь во вторую как предмет обихода. Такие книги могут быть не похожи на привычную книгу: они имеют необычные формы, для их оформления применяются самые различные материалы. Представленная статья обращена к вопросам классификации и анализа авторской книги.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение классификации и анализа авторской книги. Для достижения цели поставлены следующие задачи: дать актуальное определение авторской книге; выявить типологию, а именно составить классификацию видов авторских книг, сопоставить их и провести анализ характеристик.

## III. ТЕОРИЯ

На сегодняшний день между понятиями «авторская книга» и «книга художника» существует путаница, так как книга художника в большинстве своем является как бы авторской, несмотря на то, что художник использует чужие тексты – подходы в реализации замысла являются собственными, авторскими, творческими и креативными. Определение авторской книги довольно лаконично и просто: издание считается авторским, если его текст и оформление созданы одним человеком. Термин «книга художника» встречается чаще и, как и английский термин «artist's book», является буквальным переводом с французского «livre d'artiste». Однако эти определения не являются тождественными [2]. В русской и английской версии в первую очередь подразумевается концептуальное начало в создании книги художником, а французский термин содержит тот же смысл, но в то же время предполагает особые требования к материальному воплощению, делающему книгу «роскошным» изданием. Таким образом, книга художника и авторская книга являются самостоятельными произведениями искусства.

Составляя классификацию, сложно выделить единый критерий для подбора книг. Основным критерием классификации может являться авторский мотив, цель и средства, особенность материалов и методов исполнения. Авторская книга – это общее явление, к которому можно отнести как единичные небольшие экземпляры, так и крупные издательские проекты. Цель большинства подобных изданий – опубликовать и донести свои идеи до ценителя или читателя.

Книга художника, впрочем, как и авторская книга, имеет несколько отличительных функций:

- эстетическая, то есть книга прежде всего является произведением искусства;
- коммуникационная, обеспечивающая воздействие на все органы чувств;
- творческая, позволяющая художнику реализовать креативное, экспериментальное решение;

- синтетическая, то есть при достижении цели, допускаются все средства, объединяющие различные виды искусств и технологии;
- социальная, предполагающая художественное движение;
- философская, направляющая на переосмысление сегодняшнего значения авторской книги и ее дальнейшего развития.

Книга художника возникает лишь по творческому замыслу. Но соотносить книги можно не только по критерию авторского мотива, но и по ее внешнему характеру, то есть по формальному признаку, заложенному в конструкции книги. Рассмотрим основные конструкции:

- свиток, одна из самых древних форм, отличающаяся удобством экспонирования, сочетания текста и изображения;

- «гармошка», «раскладушка» – вид книги, появившийся в Древнем Китае. «Гармошка» сочетает практичность в хранении, комфортный процесс создания и чтения (рис. 1);

- кодекс – одна из самых привычных и традиционных форм издания, которая остается самой многочисленной в настоящее время, однако она может иметь не только прямоугольную, но и любую, даже самую причудливую форму (рис. 2);

- такая форма книги, как «таблички», внешне схожа с кодексом, но имеет ряд значительных отличий. Таблички использовались с древнейших времен; отсчетной точкой считаются 10 библейских заповедей, высеченных на каменных скрижалях. После они активно использовались в античном мире, играли большую роль в творчестве поэтов, а впоследствии служили для коммерческих записей XIX века. Книга в форме табличек изготавливается на терракотовых, гипсовых, пластиковых или деревянных пластинах, которые не сшиваются и не складываются в иные формы, а располагаются по отношению друг к другу в разных вариациях – чаще всего раскладываются по порядку или в стопку или же собираются в папку (рис. 3);

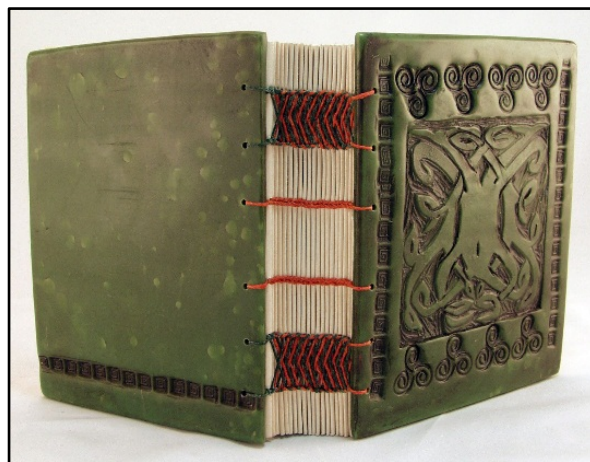
- книга-трансформер, имеющая много вариантов просмотра и прочтения (рис. 4);

- книга как арт-объект, здесь границы между книгой и не-книгой часто размыты (рис. 5).

Существуют и другие варианты авторской книги – книга-панорама, медиа-книги (в такую книгу входит мультимедийная составляющая), миниатюрные издания, книжная скульптура (рис. 6) и многие другие.



*Рис. 1. Книга-раскладушка*



*Рис. 2. Книга-кодекс*



Рис. 3. Книга-таблички



Рис. 4. Книга-трансформер

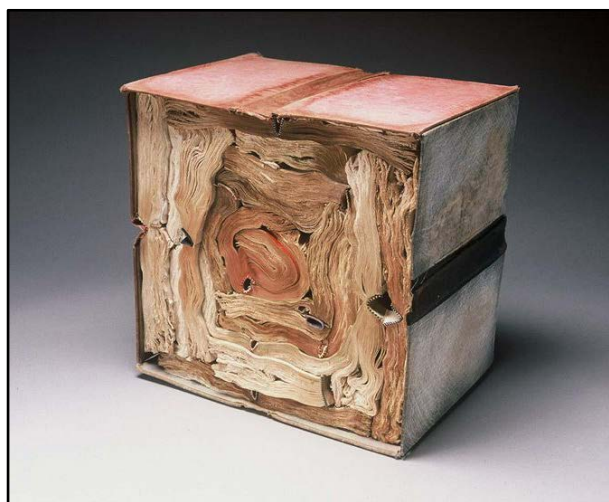


Рис. 5. Книга арт-объект



Рис. 6. Книжная скульптура

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основе исследования и проведенного анализа, представлена классификация по внутренним и внешним составляющим различных видов авторских книг и книги художника. В ходе работы был проведен опрос: респондентам было предложено рассказать, видели ли они современные варианты авторской книги, охарактеризовать свое отношение к таким изданиям и выразить личное мнение о значении таких арт-объектов в России.

В опросе приняли участие 5 респондентов – графические дизайнеры, педагог художественного ВУЗа и местные жители. Опрос проходил в равных условиях, с одинаковым количеством времени, отведенным на ответ. Так, графические дизайнеры и педагог отметили, что не однажды видели и лично ознакомились с авторскими проектами, местным же жителям не доводилось наблюдать подобные издания. Однако, несмотря на это, все респонденты выразили положительное отношение к авторским книгам и отметили необходимость знакомства с уникальными творческими изданиями.



## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Итак, в результате данного исследования было сформировано универсальное определение авторской книги, дана ее общая и более детальная классификация, указаны ее основные и вторичные критерии, описаны конкретные виды изданий. В первую очередь следует отметить, что исследование авторских книг показывает близость многих формальных признаков разных книг, что является закономерным явлением творчества, а художественное решение зависит от того, какой из признаков является приоритетным.

Результаты проведенного исследования убедительно свидетельствуют о том, что люди, независимо от профессиональной принадлежности, ценят искусство и проявление в нем индивидуального творческого начала. Однако важным фактом остается и то, что местные жители, не относящиеся к творческой сфере, не видели авторские книги своими глазами. Это говорит об отсутствии массового доступа к авторской книге и подтверждает ее принадлежность к элитарному искусству, понимание которого присуще лишь представителям творческих профессий. По мнению авторов публикации, авторская книга и ее миссия актуальны в настоящее время, учитывая интерес к искусству у различных социальных групп и потребность в самовыражении у художников, работающих в области оформления книги.

Но не менее важно отметить готовность восприятия такого искусства у представителей любой области жизнедеятельности. Авторские книги, книги художника несут в себе особую культурно-национальную ценность, что особенно важно в нынешние времена. Для того, чтобы приблизить искусство авторской книги и книги художника к массовому читателю и зрителю, необходимы просветительские программы, раскрывающие суть этого явления.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Герасимова Д.С. Авторская книга – лучший вариант // Библиотека в школе. 2003. № 11. С. 54 – 58.
2. Виталий Мишин. Книга художника – Livre d'artiste // Третьяковская галерея – 2012. № 2 2012 (35) [сайт]. – URL: <https://www.tg-m.ru/articles/2-2012-35/kniga-khudozhnika-livre-dartiste> (дата обращения: 10.11.2022).
3. Власов В., Лукин В., Погарский М. Первая книга // Государственный музей-заповедник «Царицыно» международное объединение «книга художника» [сайт]. – URL: [http://www.pogarsky.ru/images/books/0\\_catalog22.pdf](http://www.pogarsky.ru/images/books/0_catalog22.pdf) (дата обращения: 10.11.2022).
4. Зылевич Д.П. Авторская книга в современном репертуаре Белорусских изданий // Текст.Книга.Книгоиздание – 2021 [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtorskaya-kniga-v-sovremennom-reperuare-belorusskih-izdaniy> (дата обращения: 10.11.2022).
5. Рогов А.А. Информационные и коммуникативные технологии в полиграфии и дизайне // Наука.Искусство.Культура – 2017 [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-i-kommunikativnye-tehnologii-v-poligrafii-i-dizayne>
6. Карнаухова В.А. Опыт проведения просветительского проекта «элитарное и массовое в искусстве» // Проблемы современного педагогического образования – 2022 [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-provedeniya-prosvetitel'skogo-proekta-elitarnoe-i-massovoe-v-iskusstve>.

**ХУДОЖНИКИ – ОМСКОМУ ПРИИРТЫШЬЮ.  
ОТ ПОКОЛЕНИЯ К ПОКОЛЕНИЮ.**

**ARTISTS – OMSK PRIIRTYSH.  
FROM GENERATION TO GENERATION**

**А. Н. Машанов, Е. В. Дьяченко**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**A. N. Mashanov, E. V. Dyachenko**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена организации и проведению художественных выставок, приуроченных к 200-летию Омской области и 90-летию Омского отделения Союза художников России; рассматриваются этапы подготовки и проведения мероприятий. Актуальность данной темы обусловлена сохранением и анализа творческого наследия омских художников и молодежного художественного движения.

**Ключевые слова** – художественная выставка, художники Омска

**I. ВВЕДЕНИЕ**

В 2022 году Омск и Омская область отмечают два юбилея – 200 лет со дня образования Омской области и 90-летие Омского отделения Союза художников России. Изобразительное искусство Омского Прииртышья имеет глубокие корни. Омское отделение СХР было создано в 1932 году, но задолго до этого, в 1916, в Омске сформировалось «Общество художников и любителей изящных искусств Степного края» (ОХЛИЙСК), состоящее из местных художников, коллекционеров, меценатов и просто людей, неравнодушных к искусству [1].

90-летний юбилей Омского отделения Союза художников России – это серьезный повод для осмысления итогов развития изобразительного искусства и культуры региона как результата труда художников с 1932 по 2022 год. Художники, стоящие у истоков формирования организации – это наша гордость, наша совесть, то, что мы должны помнить, то, что всегда должно быть рядом с нами. В Омске жили и работали многие известные мастера живописи, графики и скульптуры, внесшие большой вклад в сохранение лучших традиций отечественного художественного наследия. Не забудем и то символическое обстоятельство, что Омск является родиной выдающегося русского художника М. А. Врубеля. Творчество талантливых омских мастеров пополнило сокровищницу российской культуры, их произведения украшают экспозиции крупнейших музеев нашей страны. Омичей знают и за ее пределами – немало их работ находится в художественных коллекциях других стран.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Уникальность омского искусства – в неповторимом синтезе многообразия культурных традиций, имеющих особенные историко-культурные корни. Поэтому не случайно в городе организован целый цикл мероприятий, приуроченных к 200-летию Омской области и 90-летию образования Омского отделения «Союз художников России», где молодежная выставка предваряет выставку мастеров старшего поколения.

## III. ТЕОРИЯ

29 сентября 2022 года открылась юбилейная художественная выставка «Художники – Омскому Прииртышью. От поколения к поколению», реализованная на средства гранта, предоставленного Правительством Омской области при софинансировании Фонда президентских грантов.

Круг тем, затронутых авторами, обширен – от просторов полей и великолепия лесов Омского Прииртышья, уюта тихих деревенских улочек, облика города в его настоящем и прошлом, до глобальных проблем современности. Все то, с чем сталкивались художники на протяжении многих лет, что волновало и притягивало их, нашло свое место в экспозиции.

Омская организация художников в масштабах российского искусства относится к явлениям глубоко самобытным: еще в 60-годы прошлого века она позаботилась о смене поколений в искусстве, поспособствовав созданию художественно-графического факультета в педагогическом институте. Его ученики и по сегодняшний день составляют костяк организации и учат подрастающее поколение художников в детских школах искусств.



*Рис. 1. Ночь в музее.*  
Фото О. Деркунского. 2022



*Рис. 2. Открытие молодежной выставки.*  
Фото О. Деркунского. 2022



*Рис. 3. Открытие молодежной выставки.* Фото О. Деркунского. 2022



#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Молодые художники, еще задолго до основных мероприятий, проявили не только активность, но и креативность, что показывают события и действия в акции «Ночь в музее», которая прошла весной этого года (рис. 1). Тема Всероссийской акции обозначена как «Big data», что не вызвало вопросов у омских художников, ведь впереди было знаменательное событие, юбилей организации.

2 сентября 2022 года в выставочном зале Дома художника открылась Третья областная выставка-конкурс молодых омских художников (рис. 2, 3). На выставке зрители увидели работы уже полюбившихся авторов С. Капралова, А. Кусакиной, А. Козлова, К. Романенко, А. Терсковой и др., познакомились с новыми именами, что ведет к укреплению молодежного художественного сообщества. Выставка получилась очень насыщенной, с проведением творческих встреч со зрителями, многочисленных экскурсий – на смену старшему поколению идет активная творческая молодежь.

На выставке, приуроченной к 90-летию юбилею Омской организации Союза художников России и 200-летию Омской области, были представлены работы как ныне здравствующих художников – Г. П. Кичигина, Е. Д. Дорохова, И. А. Санина, Е. В. Бобровой, А. С. Макарова, А. Н. Машанова, О. М. Кошелевой, А. Н. Капралова и многих других (рис. 4), так и произведения ушедших мастеров, вписавших славные страницы в историю омского искусства.



Рис. 4. Открытие выставки «Художники – Омскому Прииртышью». Фото М. Макаровой

У истоков организации Омского отделения «СХР» стояли народные художники К. П. Белов и А. Н. Либеров, заслуженный деятель искусств России С. К. Белов, определивший путь в искусство для многих художников, один из организаторов и педагогов худграфа. Произведения А. Н. Либерова, В. Н. Белана, В. В. Кукуйцева, Н. М. Брюханова, Е. А. Куприянова, Н. Я. Третьякова, А. А. Чермошенцева и многих других. Их работы – крепкая основа

и опора для становления более молодых талантливых авторов, таких как А. В. Старцев, А. А. Темерев, П. А. Кравцова и другие. Неотъемлемой частью художественной жизни Омского Прииртышья стали труды ведущих омских искусствоведов Г. Ю. Мысливцевой, В. Ф. Чиркова, А. Н. Гуменюк, Л. К. Богомоловой, Г. Е. Лузяниной.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Творческий диалог связывает между собой поколения. Диалог, в котором перекликаются голоса молодости и зрелости, азарта и сдержанности, волнующего вдохновения и рассудительного мудрого разума. Пока существует эта связь, путь от поколения к поколению будет продолжаться.

Омск чтит своих художников, в творчестве которых отражено становление и развитие Омского Прииртышья, его красота и величие. Современники свято хранят память об ушедших мастерах, чьи имена являются гордостью региона, и поддерживают творчество молодых, которым принадлежит будущее.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Художники Омского Прииртышья : альбом-каталог, посвященный 75-летию Омской организации Союза художников России / сост. Л. К. Богомолова, Т. А. Григоренко, Е. В. Когут, В. П. [и др.] ; авт. статей Т. В. Бабилова, Л. К. Богомолова, Г. Ю. Мысливцева [и др.] . – Омск : Омскбланкиздат, 2008. – 240 с. : ил.

УДК 004.9

## **НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА ПРАКТИКЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ ЗАМЕЩЕНИЯ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРОВ**

### **NEURAL NETWORK TOOLS IN PRACTICE: PROSPECTS FOR REPLACING WEB-DESIGNERS**

**Я. А. Опрятнова**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет информационных технологий и компьютерных систем, г. Омск, Россия*

**Y. A. Opryatnova**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of Information Technology and Computer Systems, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена исследованию перспектив замещения специалистов, деятельность которых связана с веб-дизайном. В ней приводится процесс анализа нейросетевых инструментов. Также в статье описываются результаты спроса на сервисы для дизайна на базе нейросетевых алгоритмов.

**Ключевые слова** – нейросетевые инструменты, веб-дизайнер, разработка, UX, перспективы замещения

## I. ВВЕДЕНИЕ

В 2022 году графические нейросети обрели наибольшую популярность. Регулярно публикуются новости о последних нейросетевых инструментах для дизайна и различных разработок. В последние годы дизайнеры используют возможность делегировать ряд обязанностей нейросетевым сервисам, в связи с этим программы выполняют множество функций и задач в создании web-дизайна – автоматически генерируют логотипы, формируют UI-kit, воссоздают иконки и 3D модели по наброску пользователя, оптимизируют дизайн сайта и многое другое. Вследствие этого на сегодняшний день значительный интерес вызвал вопрос о роботозамещении, в том числе в сфере дизайна.

Актуальность данной темы для специалистов сферы дизайна в настоящее время обусловлена возможной скорой автоматизацией работы некоторых профессий и заменой человеческих ресурсов нейросетями. Чтобы найти примеры нейросетевых инструментов для анализа и оценить перспективы замещения специалистов в области web-дизайна работой нейросетей, было решено провести данное исследование.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью представленного исследования является проведение сравнительного анализа некоторых проектов, использующих нейросети, применяемых в сфере веб-дизайна. Для достижения цели поставлены следующие задачи: дать определение профессии веб-дизайнера; выявить необходимые качества для специалиста данной области; рассмотреть несколько нейросетевых инструментов, проанализировать их преимущества и недостатки.

Достижение данной цели позволит оценить, справятся ли нейросетевые инструменты с созданием веб-дизайна на соизмеримом со специалистом уровне и сохранится ли актуальность профессии веб-дизайнера.

## III. ТЕОРИЯ

Для дальнейшего изучения данной темы обратимся к определению профессии веб-дизайнера, а также рассмотрим функции и основные качества, которыми должен обладать успешный специалист данной сферы. Веб-дизайнер – специалист, который занимается разработкой структуры и оформлением цифровых проектов. Одной из основных задач веб-дизайнера является разработка удобного и понятного, по мнению пользователей, макета интернет-проекта.

В обязанности веб-дизайнера входит исследование продукции конкурентов, определение целевой аудитории и представление ее профилей, предоставление сценариев для каждой выбранной группы, создание структуры сайта, формирование навигационной схемы, прототипирование, тестирование.

Если рассматривать необходимые навыки специалиста, то следует отметить, что дизайнер цифровых продуктов должен обладать базовыми знаниями психологии, чтобы учитывать основные мотивы действий представителей различных профилей целевой аудитории: как они привыкли воспринимать информацию, чему отдают предпочтение при выборе – эти знания помогают при разработке структуры. Также важным аспектом в работе дизайнера при создании веб-продукта является умение проектировать привлекающий пользователя внешний вид сервиса, учитывая удобства для разных профилей целевой аудитории и их опыт взаимодействия – то, что называют UX-проектированием. Если обратиться к терминологии данного направления, можно привести определение, сформулированное Р. Унгером и К. Чендлер: «UX-проектированием называется воздействие на ощущения и поведение пользователей путем создания и взаимного согласования тех элементов, которые оказывают влияние на опыт

взаимодействия пользователей с конкретной компанией» [1]. Также веб-дизайнеру нужно разбираться в принципах типографики, верстки, колористики, композиции и копирайтинга.

Дизайнеру необходимо постоянно обновлять теоретические знания и следить за трендами – просматривать, что актуально на данный момент, какие новые технологии выпустили для создания резонансных продуктов.

Чтобы определить перспективы замещения веб-дизайнеров, было решено выбрать 5 нейросетевых инструментов для создания прототипа сайта и проанализировать их преимущества и недостатки в процессе работы, а также функциональную значимость.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для определения сервисов для последующего анализа их работы и эффективности был проведен опрос среди 58 респондентов – UX и UI-дизайнеров, специалистов по брендингу, преподавателей вуза ОмГТУ направления «Информационные системы и технологии», дизайнеров ведущих омской ИТ-компании. Целью стало выявление задач, которые, по их мнению, занимают много времени и могут быть делегированы нейросетевым сервисам. По результатам опроса была составлена таблица, содержащая оценки, в зависимости от важности требований, всех 58-ти респондентов по 10-балльной шкале (рис. 1), а также выводы о рангах для каждой функции. Для объективного отображения результатов опроса 58 респондентов были разделены на 8 групп по профессиям или должностям. В ячейках подсчитана средняя оценка представителей каждой из групп.

Группы пользователей Требования пользователей	UX дизайнеры	UI дизайнеры	Граф. дизайнер	Спец. по брендингу	Спец. по рекламе	Дизайнеры ведущих компаний	Преподаватели	Маркетологи	Средняя оценка	к важности	Ранг
Подбор шрифтов	7	6	3	4	8	7	9	6	6,3	0,13	2
Вырезать объект	5	6	2	7	6	5	3	6	5,0	0,11	3
Разработать логотип	3	2	6	1	4	3	2	6	3,4	0,07	8
Редизайн сайта	8	4	6	6	3	6	4	5	5,3	0,11	4
Повысить качество изображения	2	6	3	3	6	4	3	2	3,6	0,08	7
Удалить фон с фотографии	1	4	2	5	1	4	5	3	3,1	0,07	9
Перенести зарисовки наброска в прототип	8	4	4	5	3	2	7	6	4,9	0,11	5
Оценить UI сайта	9	6	7	8	5	8	9	5	7,1	0,15	1
Преобразовать черно-белое фото в цветное	3	5	3	2	4	5	6	7	4,4	0,1	6
Восстановить старые фото	3	4	3	2	2	4	4	3	3,1	0,07	10
Сумма средних баллов									46,6		

Рис. 1. Таблица требований

Для анализа сервисов на базе нейросетей для дизайнеров были выбраны 5 сервисов с наивысшим рангом важности, с последующим обсуждением и выявлением преимуществ и недостатков. Нейросетевые инструменты для анализа были выбраны следующие:

- WebScore AI – для оценки UI сайта (рис. 2);
- Fontjoy – для подбора шрифтов;
- uKit AI – для выполнения редизайна сайта;
- Uizard – для переноса наброска в рабочий адаптивный прототип (рис. 3);
- REMOVE.BG – для того, чтобы вырезать объект с изображения.

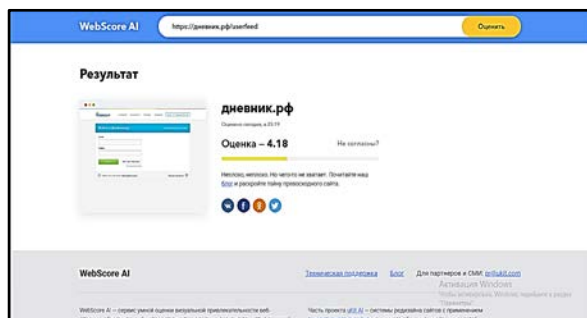


Рис. 2. Интерфейс сервиса WebScore AI

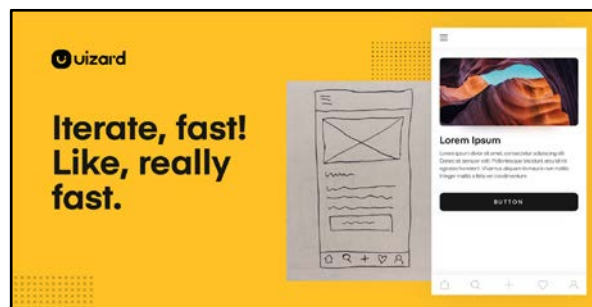


Рис. 3. Пример результата сервиса Uizard

Чтобы оценить возможности искусственного интеллекта, в ходе исследования применялся метод беседы, в нем были задействованы 58 вышеуказанных респондентов. Участникам исследования предлагали обсудить, какие выгоды, на их взгляд, получают пользователи выбранных для анализа нейросетевых программ, удобны ли они в использовании, выгодны ли они для клиентов с точки зрения материальных ресурсов и времени.

	WebScore AI	Fontjoy	ukit AI	Uizard	REMOVE.BG
Основные задачи	Оценивает привлекательность сайта по 10-балльной системе	Подбирает сочетание шрифтов при помощи обучаемого алгоритма	Сервис для редизайна сайта за несколько минут и обновления кода его страниц	Перемещает набросок прототипа с листа бумаги в рабочий адаптивный прототип	Инструмент, в котором нейросеть определяет и вырезает необходимые объекты всего за несколько секунд
Преимущества	Оценка по более чем 1000 признакам привлекательности сайта	Дизайнеру не нужно искать сочетающуюся шрифтовую пару. Нужно только ввести текст для заголовка и основного текста – сервис предложит варианты оформления	Сохраняет структуру сайта и упрощает восприятие информации	Готовый прототип можно импортировать в Sketch, Figma, Adobe XD	Предусмотрен плагин для самого популярного редактора фотографий Adobe Photoshop
Недостатки	При оценке анимированной страницы, результат скорее будет занижен по причине того, что система анализирует страницу по скриншоту и может быть зафиксирован неудачный кадр	На данный момент хорошо сочетается не так много вариантов	На сегодняшний день этап ICO завершен и проект активно дорабатывается	В дальнейшем пользователю все равно придется передавать созданный прототип дизайнеру или программисту для доработки  Вся работа выполняется через тему и компоненты, из-за этого нет возможности полноценной работы с дизайном	Перед постоянным использованием программы, необходимо приобрести пакет
Средняя экономия времени	3-7 дней	1-2 дня	От 10 дней до 1 месяца	1-3 дня	1-3 часа
Стоимость	Бесплатный тариф	Бесплатный тариф	Порог входа 0 рублей (есть платный тариф)	Бесплатный тариф	Сервис условно бесплатный. Есть 1 бесплатное сохранение

Рис. 4. Анализ нейросетевых инструментов для веб-дизайна



Анализ спроса на потенциальные нейросетевые инструменты был осуществлен по нескольким основным критериям:

- анализ работы функционала сайта;
- анализ экономической выгоды в денежной или натуральной форме;
- анализ выгоды времени;
- анализ уровня UX-проектирования, согласно установленным правилам.

На рис. 4 показаны результаты анализа пяти сервисов, которые демонстрируют краткое описание функционала, преимущества и недостатки инструментов.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Как показывает рис. 1, наиболее актуальными и востребованными функциями для дизайнеров являются: оценка UI и редизайн сайта, перенос отрисованного прототипа дизайна в рабочую среду, быстрое и качественное вырезание объекта с изображения. Исходя из рис. 4, можно заметить, что все выбранные для анализа сервисы доступны и бесплатны в использовании, но некоторые из них требуют доработок или находятся в процессе запуска. Малая часть из проанализированных сервисов, например, сервис по подбору шрифтовых пар, действительно может быть использована не специалистами, но данные инструменты выполняют лишь малый процент от проектирования интерфейса. Результаты работы большинства из рассмотренных сервисов требуют последующей доработки дизайнерами или программистами, следовательно, сервисы могут значительно уменьшить затраченное время профессионалов и облегчить их работу.

При изучении истории создания проанализированных сервисов можно заметить, что многие разработчики подтверждают, что проектировали сервисы для выполнения задач дизайнеров, и многие из вышеперечисленных нейросетевых инструментов способны дать более высокие показатели при использовании их специалистами, а сервис, в свою очередь, будет помощником [2].

Нейросетевые инструменты являются хорошим дополнением для дизайна и разработки, но под грамотным управлением. Вероятно, что в ближайшие два-три десятка лет люди в полной мере не заменят ими веб-дизайнеров. Чтобы использовать данные сервисы для повышения эффективности сайта, необходимо хорошо владеть базой знаний в веб-дизайне и проектировании. Нейросетевые сервисы имеют большое количество весомых преимуществ: благодаря синтезу технологий глубинного обучения, машинного зрения и когнитивной нейробиологии нейросети могут быть применены без лишних затрат как для исследования рынка, так и для персонализации контента с целью улучшения процесса анализа информации и определения масштаба воздействия на потребителей [3]. Если правильно ими распорядиться, то работа дизайнеров после оптимизации ряда задач ускорится, а результат станет значительно качественнее.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования определены перспективы замещения веб-дизайнеров.

Проделанная работа позволяет сделать выводы о том, что если нейросетевые инструменты для дизайна и разработки будут использованы профессионалами, то уровень веб-индустрии значительно повысится. Однако в полной мере заменить специалистов веб-

дизайна инструментами на базе нейросетей как на данный момент, так и в ближайшей перспективе невозможно, поскольку данные сервисы требуют грамотного управления и использования.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Математические методы и информационные технологии в экономике», Шматко М. В.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Унгер, Р. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия / Р. Унгер, К. Чендлер. – Санкт-Петербург ; Москва, 2011. – 327 с. –(Символ).
2. Николаенкова, А. Нейросетевые инструменты для дизайна и разработки / А. Николаенкова // GeekBrains : [образовательный портал]. – URL: [https://gb.ru/posts/neural\\_network\\_design\\_instruments](https://gb.ru/posts/neural_network_design_instruments) (дата обращения: 12.11.2022)
3. Калиновская, И. Н. Интеграция искусственного интеллекта в маркетинг / И. Н. Калиновская, О. М. Шерстнева // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации : сб. науч. статей. – Витебск : Витебский государственный технологический университет, 2018. – С. 79–82.

УДК 373.62

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ГЕЙМ-ДИЗАЙНА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ОБ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРНОМ НАСЛЕДИИ ГОРОДА**

#### **USING THE FEATURES OF GAME DESIGN TO INCREASE HISTORY NESS AND CULTURAL HERITAGE OF THE CITY**

**А. В. Осипов, И. С. Певчев**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет информационных технологий и компьютерных систем, г. Омск, Россия*

**A. V. Osipov, I. S. Pevchev**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of computer technologies and computer systems, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена исследованию возможностей использования современных цифровых технологий в целях повышения уровня знаний историко-культурного наследия своей страны и родного города. Эта проблема касается прежде всего молодых граждан. Использование компьютерных игр становится эффективным инструментом включения их в исторический контекст и донесения до них ценной информации. В статье рассматриваются особенности гейм-дизайна и проектирования игр, которые позволили бы решить данные задачи.

**Ключевые слова** – компьютерные игры, история города, гейм-дизайн, информация, культурное наследие

## I. ВВЕДЕНИЕ

В современных образовательных учреждениях широко используются традиционные, издавна зарекомендовавшие себя в системе обучения. Однако в сегодняшней действительности огромную долю информации молодежь получает через интернет, видеофильмы, СМИ и видеоигры. Преобладание новых, нетрадиционных методов получения информации при малом опыте ее анализа и отбора приводит к тому, что знание молодых людей об истории своей страны носит все более фрагментарный характер.

Именно поэтому сейчас образовательные учреждения внедряют в учебный процесс новые методы обучения, которые на практике обладают большей степенью усвоения. Одним из них является изучение материала с помощью компьютерных игр, дающих пользователям свободу действий и повышающих интерес к предмету, а также содержащих справочные материалы не только в текстовом виде, но и в игровой форме. Это способствует более быстрому запоминанию, так как они представлены в необычной форме, недоступной другим методам обучения или предоставления информации.

Авторы постарались выявить в исследовании наиболее эффективные способы подачи материала в компьютерных играх, которые могут быть применены другими разработчиками при создании новых проектов, имеющих целью донесение объективных знаний до конечного пользователя.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Согласно исследованию Всероссийского центра изучения общественного мнения (далее ВЦИОМ), убежденность в необходимости исторических знаний в нашем обществе близка к абсолютной: с этим соглашаются 96% опрошенных. Однако при этом 47% взрослого населения страны оценивают свои знания по истории страны как недостаточные.

ВЦИОМ провел также опрос на знание ряда исторических фактов. Результаты показали, что граждане плохо знают ранний исторический период страны; при этом на вопросы о ее недавнем прошлом (конец XX–начало XXI века) опрошенные отвечали в большинстве случаев верно [1].

Актуальной перспективой является использование в образовательных целях современных цифровых инструментов и источников данных, которые способствуют успешному усвоению знаний молодыми людьми, понятны им и интересны, например, компьютерных игр.

В связи с этим было проведено исследование, целью которого стало изучение возможностей освоения истории своего края и города с помощью компьютерных игр, для чего был проведен обзор методов и механик эффективного донесения знаний (в том числе исторических) до пользователей. В рамках работы были также рассмотрены успешные проекты разных жанров, зарекомендовавшие себя как среди игроков, так и преподавателей истории, о чем подробнее сказано в нижеследующих разделах статьи.

## III. ТЕОРИЯ

Компьютерные игры – самый молодой вид цифровых креативных индустрий, поэтому возможности их применения в обучении еще находятся в процессе исследования. Однако геймификация, как отдельная составляющая таких проектов, уже сейчас активно применяется при обучении такими компаниями, как DuoLingo и Stepik. Главное преимущество и уникальная черта видеоигровых проектов – это интерактивность, способствующая существен-

ному повышению вовлечения игрока, который может не просто прочитать о каких-то событиях или посмотреть на них, а принять в них активное участие [2].

К методам представления информации в компьютерных играх относятся отдельные составляющие таких проектов, которые способны в том или ином виде донести до игрока знания. К самым распространенным из них относят:

- текст в виде записок, диалогов и т.д.;
- видеоряд и звук в виде игровых роликов, срежиссированных сцен, имитирующих исторические события;
- повествование через дизайн окружения как перенос объектов из реального мира в игровое пространство;
- игровой процесс, как совокупность игровых механик, обеспечивающих пользователю уникальный игровой опыт.

Если с первыми двумя способами люди уже хорошо знакомы по чтению книг и просмотру фильмов, то два следующих представляют наибольший интерес в рамках рассматриваемой темы. Дизайн окружения способен не только вызвать у игрока определенные чувства (радость, страх или другое), но и рассказать историю цифровых мест, в которых он бывает – таким образом можно узнать о быте проживающих там людей, климате и произошедших событиях. Игровой процесс же обладает наибольшим эффектом вовлеченности, но труден в применении, так как включает в себя множество аспектов разработки, таких как программирование, моделирование, сценаристика, озвучивание и время для объединения созданных элементов воедино.

Тем не менее как раз эти особенности компьютерных игр делают их чрезвычайно эффективными в запоминании информации, а главное – привлечении игроков, которым становится интересным окружение и временной период, представленный в проекте.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В этом разделе представлены изученные методы и механики игр, что служат для рассказа об истории города, края. Были проведены анализ нескольких компьютерных игр, которые используются в образовательном процессе для изучения культуры города, а также таких игр, геймплей которых основан на изучении городской среды и культуры города.

Spider-Man (Человек-паук) – компьютерная игра в жанре приключенческого боевика, разработанная Insomniac Games в сотрудничестве с Marvel Games.

Одной из главных особенностей (если не самой главной) игры о человеке-пауке стал детально проработанный мир игры. Действие игры «Spider-Man» происходит в Нью-Йорке. Перед разработчиками стояла задача максимально детализировать игровое окружение с целью достижения хорошего погружения игрока в мир игры, и они превосходно справились с этой задачей. На это указывают высокие оценки игроков: по данным сайта оценки компьютерных игр Metacritic, оценка «Spider-Man» равна 87 из 100, что является достойным показателем.

При разработке компания Insomniac Games использовала большинство методов донесения информации, которые были описаны выше, а именно:

- были записаны реальные звуки города (шум машин, предприятий, людей и т. д.);
- при построении дизайна окружения были использованы реальные фотографии города, а также спутниковые снимки Нью-Йорка;

– игровой процесс был построен так, чтобы исследование города являлось частью основного гейм-плея игры [3].

Также игроки могут рассматривать достопримечательности и важные с точки зрения исторических событий здания города, получая знания об истории Нью-Йорка.

Есть несколько примеров включения компьютерных игр в учебную программу университетов. Так, две части вестерна Red Dead Redemption (он охватывает период с 1899 по 1911 годы) уже используют в университете штата Теннесси для обучения истории Америки по программе HIUS 383 [4]. Также компания Ubisoft для своих проектов серии Assassin's Creed разработала обучающие исторические интерактивные туры, которые стали доступны школьникам Великобритании в настоящее время (по Древнему Египту, Древней Греции и Англии X века) [5].

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Исследованные примеры интеграции компьютерных игр в образовательный процесс, а также последующие выводы могут использоваться командами разработчиков таких проектов на ранней стадии разработки для выбора методов представления информации. У каждой составляющей есть свои преимущества и недостатки. Авторы статьи выделили следующие сильные стороны:

– текстовые диалоги: они позволяют рассказать о каких-либо фактах с перспективы игрового персонажа, у которого есть своя харизма и эмоции;

– видеоряд и звук: с помощью видеоряда можно передать атмосферу местности, с помощью звука – различные особенности быта посредством разговора с неигровыми персонажами;

– ознакомление с историей через игровой процесс: можно организовать гейм-плей так, чтобы игрок сам стремился изучить местность, узнать различную справочную информацию, прочувствовать атмосферу времени и т. д.;

– повествование через дизайн окружения: с помощью этого метода можно не только просто воспроизводить внешний облик исторических объектов в игровом пространстве, но и рассказывать небольшие истории посредством воссоздания сцен и локаций.

Перечисленные особенности каждой отдельной составляющей наиболее ярко проявляют себя в каждом конкретном случае, который зависит от жанра проекта, целевой аудитории, масштабов разработки и т.д. Зная эти тонкости, разработчики могут сделать акцент на наиболее подходящем варианте или отказаться от добавления неэффективных в их случаях механик.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для того, чтобы повысить эффективность передачи информации о культурном наследии города и улучшить ее освоение, необходимо подавать ее в виде, который будет не только понятен современной аудитории, но и интересен. Компьютерные игры способны поведать об истории города не только традиционными методами через визуальные образы и текст, но и посредством интерактивности, предоставляющей игроку свободу в изучении представленной информации.

В результате проведения исследования были выделены наиболее подходящие инструменты и способы передачи знаний об истории, которые могут быть использованы разработчиками для создания игр с историческим уклоном.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Математические методы и информационные технологии в экономике», Ткаченко О. Н.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. История страны: ставим «отлично», в уме держим «неуд» // ВЦИОМ : офиц. сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/istoriya-strany-stavim-otlichno-v-ume-derzhim-neud> (дата обращения: 30.10.2022).

2. Большаков, Н. Геймификация в образовании / Н. Большаков // Calltouch blog : сайт. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/kak-primenyat-gejmifikacziyu-v-onlajn-obrazovanii/> (дата обращения: 30.10.2022)

3. Building New York in Marvel's Spider-Man: It's Still Just Level Design // GDC : YouTube-channel. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bix1nLgneR4&t=561s> (access date 31.10.2022).

4. Schools turn to Assassin's Creed game to teach history // RT.com : site. – URL: <https://www.rt.com/uk/541047-assassins-creed-valhalla-game-history/> (access date 31.10.2022).

5. Мирошниченко, Н. В американском университете будут преподавать историю с помощью Red Dead Redemption / Н. Мирошниченко // Skillbox Media : сайт. – URL: [https://skillbox.ru/media/gamedev/v\\_amerikanskom\\_universitete\\_budut\\_prepodavat\\_istoriyu\\_s\\_pomoshchyu\\_red\\_dead\\_redemption/](https://skillbox.ru/media/gamedev/v_amerikanskom_universitete_budut_prepodavat_istoriyu_s_pomoshchyu_red_dead_redemption/) (дата обращения: 30.10.2022).

УДК 316.77, 070

#### **СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛА С SOCIAL MEDIA**

#### **SYSTEM OF INTERACTION OF A REGION TV-CHANNEL WITH SOCIAL MEDIA**

**Е. С. Радионцева**

*Омский государственный технический университет  
Факультет гуманитарного образования, г. Омск, Россия*

**E. S. Radiontseva**

*Omsk State Technical University  
Faculty of Humanities Education, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в публикации поднимается вопрос о количественном снижении целевой аудитории телеканалов. Для сохранения и развития своего аудиторного потенциала телевидение активно начинает взаимодействовать с social media. Пример – система

дистрибуции контента омского областного телевидения «12 канал» (АО «Омские медиа»). В публикации представлен опыт взаимодействия «12 канала» с социальными сетями. Он характеризуется как стратегически выверенный и успешный.

**Ключевые слова:** social media, региональное телевидение, тенденции развития телевидения

## I. ВВЕДЕНИЕ

С каждым годом россиянам становятся доступны все больше медийных сервисов и устройств для потребления медиаконтента. При этом «до сих пор самым распространенным домашним медиаустройством остается телевизор» [6, с. 251]. Практически все домохозяйства (96% от общего числа) в городах РФ имеют хотя бы один телевизор, а в среднем на городское домохозяйство приходится 1,9 телевизоров, этот показатель не меняется уже много лет.

Несмотря на развитие ТВ-отрасли, ее аудитория с каждым годом количественно снижается. По данным ECI Media Management (<https://www.ecimediamanagement.com>), в 2021 году произошло общее снижение показателей рейтинга и доли аудитории у всех вещателей. Снижение телепотребления наблюдается во всех возрастных группах. Телевизионная активность всех молодых категорий населения до 55 лет снизилась заметнее, чем у старших возрастных групп 55+.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Ещё несколько лет назад телевидение удерживало лидирующие позиции в медиапотреблении россиян, несмотря на широчайшее распространение широкополосного и мобильного интернета. В наши дни ситуация стремительно меняется. При этом все больше жителей России отдают предпочтение социальным сетям и блогам: с 2018 по 2021 годы популярность этих источников информации выросла более чем вдвое. Популярность интернет-ресурсов и их капитализация постоянно растут, что заставляет телевидение адаптироваться к новой медийной реальности. Телепросмотр уходит в прошлое, а его место занимают различные интернет-платформы. «Сегодня доступ к интернету имеют 62,5% жителей планеты, что составляет 4,95 млрд человек» (<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>). Российская аудитория Интернета в 2021 году выросла до 124 миллионов человек и составила 85% населения страны.

Для сохранения своей аудитории ТВ-каналы вынуждены представлять свой контент в социальных сетях. В 2021 году аудитория социальных сетей превысила количество респондентов, которые смотрят телевизор.

Социальные сети, изначально выполнявшие коммуникативную функцию, все чаще становятся для пользователей источниками надежной новостной информации. Так, каждый четвертый россиянин в большей степени доверяет именно тем СМИ, которые представлены в социальных сетях. Среди молодежи данная тенденция прослеживается более отчетливо.

В связи с этим выявляется актуальная задача – понять, как ведущие региональные телеканалы взаимодействуют с социальными сетями. Объект исследования – «12 канал» (АО «Омские медиа») в социальном медиапространстве.

### III. ТЕОРИЯ

Сегодня инфраструктура телевизионной отрасли развивается: растет число телеканалов, расширяются способы приема телесигнала. Осмыслением тенденций развития телевидения сегодня активно занимаются разные исследователи [1, 2, 3, 4, 5, 7, 8], выявляя тенденции развития отрасли.

### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

«12 канал» представлен в таких социальных медиа, как в Instagram (1), «ВКонтакте», YouTube, TikTok, «Одноклассники», Telegram и «Яндекс.Дзен».

Ведущая социальная сеть – «ВКонтакте», аудитория которой составила более 70 тысяч подписчиков (<https://vk.com/12kanalomsk>, дата обращения: 8.07.2022). Именно там сконцентрирована наиболее активная аудитория и востребован контент телеканала. Соцсеть интересна своим контент-планом, сбалансированной жанровой структурой (заметки, объявления, репортажи/сюжеты, анонсы программ/фильмов, акций/мероприятий и проч.) Функции, которые реализует социальная сеть, тоже разноплановые: информационная, развлекательная и вовлекающая. Сотрудники редакции не копируют контент, они адаптируют его под возможности и функционал социальной сети, обогащая его графическими элементами.

Как правило, посты выходят каждый час с 9:00 до 23:00. Публикации собирают от 2 до 15 тысяч просмотров. Подписчики не очень активно ставят лайки и комментируют посты. Среднее количество лайков – 41, количество комментариев – от 0 до 70. Контент соцсети «ВКонтакте» можно охарактеризовать, как «близкий читателю». Все новости тематически связаны с жизнью города.

По данным аналитического сервиса livedune (<https://livedune.ru>), 63.2% аудитории группы «ВКонтакте» составляют жители города Омска, 20,1% – подписчики из других стран. Женская аудитория превышает мужскую. В среднем в день выходит 16 публикаций. За последний месяц сообщество набрало более 2 млн просмотров.

Анализ сообщества «12 канала» «ВКонтакте» позволил сделать вывод о том, что данная социальная сеть идеально подходит для продвижения такого рода контента.

Вторая по популярности и численности подписчиков социальная сеть «12 канала» – «Одноклассники». Аудитория составляет 48 тысяч человек. Контент во многом совпадает с социальной сетью «ВКонтакте», при этом активность аудитории более низкая. За три месяца (декабрь 2021-февраль 2022) публикации в сообществе социальная сеть «Одноклассники» собрали 39 тысяч лайков, а «ВКонтакте» – 61 тысячу лайков.

Telegram-канал регионального телеканала насчитывает более 10 тысяч подписчиков. Здесь представлен уникальный формат взаимодействия с аудиторией. В отличие от других Интернет-платформ, в Telegram-канале «12 канала» отключена функция комментирования, пользователи могут оставить лишь отклики на сообщения канала. Удивительно то, что охват сообщений канала выше, чем охват в «ВКонтакте». Помимо этого, контент в Telegram в большинстве случаев не сопровождается иллюстрацией и еще более сокращен по объему, чем в других социальных сетях. Данный способ распространения информации можно охарактеризовать как быстрый, доступный, информативный. Формат сервиса обязывает телека-



нал значительно сокращать тексты, так как обширные сложно читаемые сообщения не подходят для Telegram, чтение с электронных устройств занимает достаточно много времени.

Кардинально отличающийся от остальных аккаунт «12 канала» представлен в TikTok. За весь период существования было загружено 27 коротких видеороликов. Сегодня аудитория составляет 15,8 тысяч подписчиков. Видео собирают от 2,5 тысячи до 3 млн просмотров. Здесь размещаются видео с наиболее интересным, увлекательным сюжетом, а также бэкстейджи – видео со съемочной группой телеканала. В TikTok можно увидеть интересные и забавные моменты работы команды «12 канала».

Телеканал также присутствует на такой платформе, как «Яндекс.Дзен». Аудитория составляет 3,6 тысяч подписчиков. На стене «12 канала» находится RSS-лента, которая представляет следующий формат: пост с заголовком и фрагментом текста в виде гиперссылки и иллюстрации. Активность аудитории здесь крайне низкая. Посты набирают максимум по 2 лайка.

Отдельного внимания заслуживает YouTube-аккаунт «12 канала» (<https://youtube.com/c/12%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%9E%D0%BC%D1%81%D0%BA>). Аудитория насчитывает 23 тысячи пользователей. Всего на канале загружено 12 тысяч видеороликов. Все они входят в плей-листы аккаунта. В целом программы можно поделить на общественные, новостные, культурные, спортивные, политические и концерты. На YouTube представлены все программы «12 канала», но некоторые телепередачи, которые продолжают выходить по ТВ, в последнее время не загружаются на YouTube – например, программа «Наше утро» не выходила с начала 2021 года. Как правило, выпуски появляются на аккаунте «12 канала» с небольшой задержкой после выхода в эфир на ТВ, мотивируя аудиторию просматривать телеканал с экрана телевизора. Наиболее популярной программой является «Исповедь террориста».

Аккаунт в Instagram не обновляется с 21 марта 2022 года. За время функционирования он набрал 49,5 тысяч подписчиков, разместил 7401 публикацию. Активность и вовлеченность аудитории Instagram можно охарактеризовать как невысокую: пост с фотоиллюстрацией в среднем набирал не более 100 лайков, видео характеризовалось просмотром на уровне 1200-3000.

## V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом структуру дистрибуции контента омского областного телевидения – «12 канала» – можно охарактеризовать как сформированную и диверсифицированную. Стратегия канала показала, что везде, на площадке любого social media, можно найти свою целевую аудиторию, если не пренебрегать формами адаптации контента. Опыт взаимодействия «12 канала» с социальными сетями представляется интересным, системным и комплексным, направленным на широкое взаимодействие с аудиторией и популяризацию телеканала в разных целевых группах.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Instagram (Meta) – признана экстремистской организацией и запрещена в России, продукты Instagram и Facebook также запрещены на территории РФ

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белоусова, М. Н. Современное состояние и тенденции развития жанров тележурналистики / М. Н. Белоусова // Вестник РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 73–81.
2. Дерягин, А. Ю. Современное состояние и тенденция развития жанров телевизионной журналистики / А. Ю. Дерягин // Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета : гуманитарные и общественные науки. – 2020. – № 1 (34). – С. 116–121.
3. Евменов, А. Д. Российский рынок цифрового аудиовизуального контента : анализ и прогноз развития / А. Д. Евменов // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 2. – С. 6–15.
4. Качкаева, А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации / А. Г. Качкаева // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 42–51.
5. Морщагина, Н. А. Особенности функционирования и перспективы отечественного телевидения в условиях активного развития Интернет-ресурсов / Н. А. Морщагина // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 2. – С. 69–81.
6. Радионцева, Е. С. Эмоциональные и эстетические ценности как основа популярности ТВ-программ: опыт сопоставительного анализа / Е. С. Радионцева // Научный диалог. – 2022. – Т. 11, № 3. – С. 247–263.
7. Розанова, Н. М. Конкуренция в телевизионной отрасли: мировой опыт и российские реалии / Н. М. Розанова // ЭКО. – 2016. – № 6. – С. 168–181.
8. Aldeman, D. Introduction – New Perspectives on new television / D. Aldeman // Canadian Review of American Studies. – 2021. – Vol. 51, Iss. 3. – P. 193–195.

УДК 316.77, 659.1, 115.4: 141.2

### **СЕРВИСЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РАЗРАБОТКИ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В РЕКЛАМЕ**

### **SERVICES FOR CREATION AND DEVELOPMENT CREATIVE IDEAS IN ADVERTISING**

**Е. С. Радионцева, Д. В. Михайленко**

*Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия*

**E. S. Radiontseva, D. V. Mikhailenko**

*Omsk State Technical University, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в публикации поднимается вопрос о значимости креативного подхода при решении задач рекламной кампании. Авторы полагают, что креатив – это прерогатива человеческого мышления. Однако сегодня в Интернете представлено много сервисов, предназначенных для решения креативных задач. Систематизация и описание возможностей этих сервисов показывают, что их основная задача связана с графиче-

ческим/визуальным наполнением уже существующей идеи. Авторы приходят к выводу, что в рекламной индустрии искусственный интеллект не в состоянии заменить естественный потенциал человека. Опора на философские исследования показывает, что роль интеллекта человека остается чрезвычайно значимой.

**Ключевые слова:** креатив, креативная идея, креатив в рекламной кампании, сервис для создания креатива

## I. ВВЕДЕНИЕ

Стратегическим инструментом успеха любой рекламной кампании сегодня становится креативный подход. Творческая идея – залог успеха любого рекламного посыла, значимого для решения брендинговых задач. Рекламные и коммуникационные агентства предлагают креативные подходы для решения любых маркетинговых проблем. В Интернете появляется все больше ресурсов, позиционирующих себя как сервисы для создания и разработки креативных решений.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Насколько они соответствуют заявленным задачам? Можно ли говорить о том, что ИТ-технологии стали настоящей альтернативой интеллектуальной деятельности человека и искусственный интеллект заменил знания, стиль мышления, понимание специфики окружающей среды? Позволяют ли интернет-сервисы создать действительно креативные решения? Отвечают ли они на креативные вызовы? Попытаемся разобраться в этих вопросах.

Считается, что креатив подчинен задачам коммерческого творчества, доход от которого образуется за счет торговли продуктами данного творчества или имущественными правами на продукты этого творчества. Творчество всегда первично и фундаментально, однако в креативном продукте оно подчинено прагматической цели. «Креативный продукт – это картина, которая будет помещена в заранее выбранную раму, с заранее предназначенным местом в заранее выбранном музее, картина, которая будет вызывать восторг у посетителей, выбранных заранее» [5, с. 60].

## III. ТЕОРИЯ

Креатив в рекламном творчестве – предмет пристального внимания многих ученых [3, 4, 6]. Наше исследование основано на эксперименте, в основе которого – попытка выявить топовые или популярные сервисы для создания креативной идеи.

## IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выявления ТОП-10 креативных сервисов мы вносили в поисковое поле следующие понятия: «креатив», «креативные сервисы», «сервисы для создания/разработки креативной идеи». Поисковые задачи решались в трех популярных браузерах: Google, Yandex, Opera. Выявлено, что во всех трех источниках ТОП-10 креативных сервисов совпадает – это Canva, Crello, Publo, Pixlr, PicsArt, Supa, Animoto, Synthesia, InShot, VistaCreate. Рассмотрим первую пятерку подробнее.

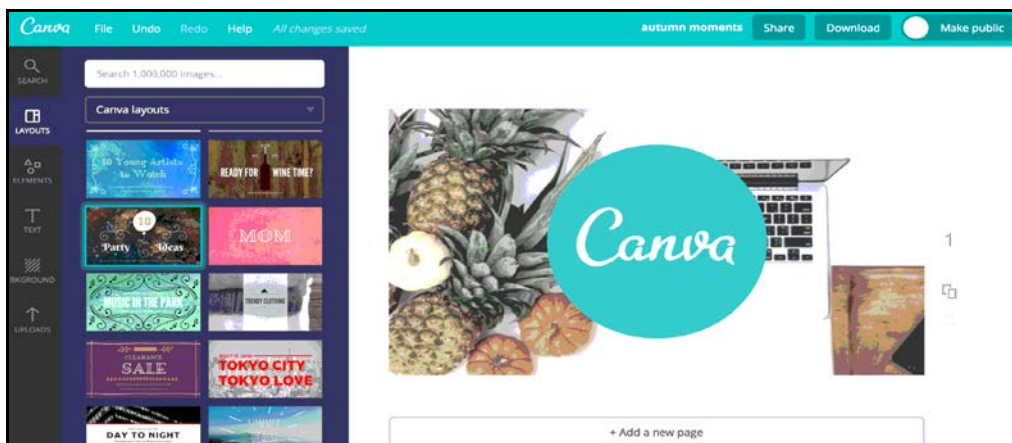


Рис. 1. Сервис для создания креатива Canva

Canva – это бесплатный графический редактор, который предназначен как для новичков в дизайне, так и для опытных профессионалов. Сервис позволяет быстро и легко создавать посты для социальных сетей, креативные видео, презентации, сторис для Instagram (Instagram (Meta)). Платформа предоставляет весь инструментарий для свободного полета дизайнерской мысли и реализации практически любых проектов.

В редакторе можно найти тысячи готовых шаблонов для различных интернет-площадок под любые цели, а также множество фильтров, эффектов и шрифтов. Можно создать уникальный проект с нуля и выгрузить его в необходимом формате.

Удобство сервиса заключается в том, что язык интерфейса – русский (RU), однако в целом он поддерживает множество языков.

Canva – кроссплатформенная площадка, есть приложения для iOS и Android. Стоимость сервиса – принципиально бесплатна, есть платные тарифы с расширенными возможностями: CanvaPro – 7990 руб. в год и Canva Предприятие – 2000 руб. с человека в год.

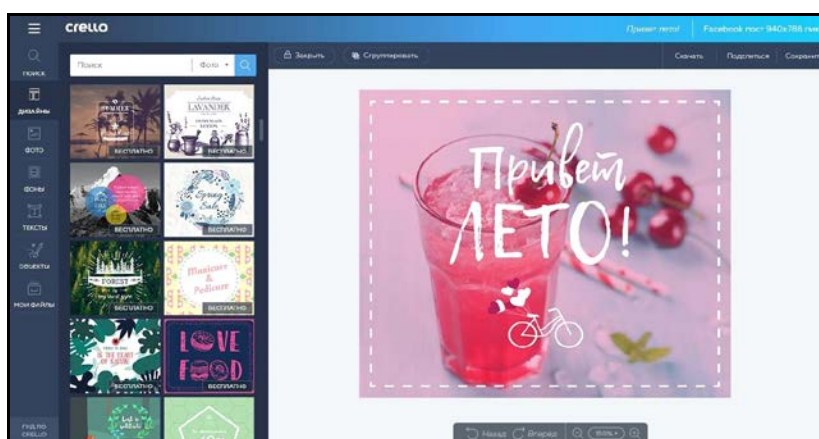


Рис. 2. Сервис для создания креатива Crello

Crello считается аналогом Canva. Это графический онлайн-редактор для создания статических и анимированных дизайнов. На этой площадке также можно создать креатив «с чистого листа» или обратиться к огромной библиотеке фото, видео- и аудиообразцов. В Crello представлены шаблоны, эффекты и инструменты редактирования, возможна работа с большим количеством форматов.

Язык интерфейса – русский (RU), поддерживает множество языков.

Stello – кроссплатформенная площадка, есть приложения для iOS и Android.

Стоимость: бесплатно (нет возможности удаления фона и совместной работы, доступно скачивание только 5 дизайн-проектов в месяц); платный тариф: 7,99\$ в месяц [9].

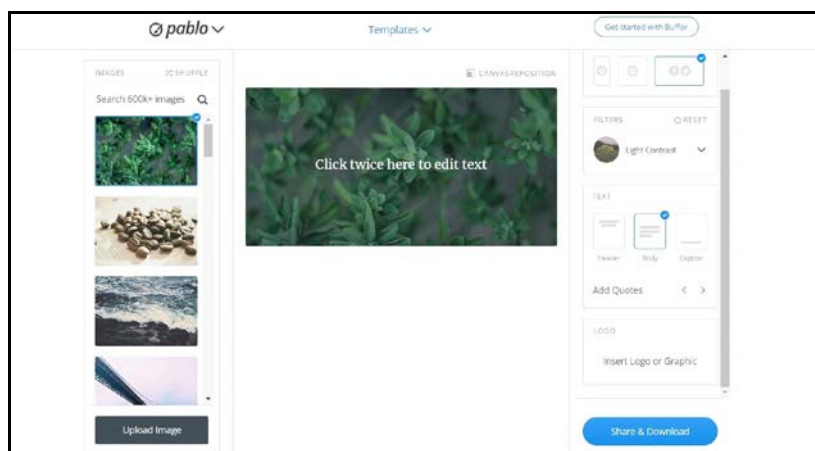


Рис. 3. Сервис для создания креатива Pablo

Publo, как и предыдущие сервисы, помогает создавать изображения для публикации в социальных сетях. Несмотря на то, что сервис фактически является частью Buffer, на практике не требуется создавать аккаунт в буфере, вводить логин через соцсети и регистрироваться.

Publo, как и предыдущие сервисы, помогает создавать изображения для публикации в социальных сетях. Несмотря на то, что сервис фактически является частью Buffer, на практике не требуется создавать аккаунт в буфере, вводить логин через соцсети и регистрироваться.

Созданные картинки можно выгрузить в свой аккаунт Buffer или на компьютер. Картинки сохраняются в формате PNG, а размер зависит от выбранной соцсети.

Язык интерфейса – английский (EN).

Платформы: только веб-версия.

Стоимость: бесплатно, есть платные тарифы: Pro — 15\$/мес.; Premium – 65\$/мес.; Business – 99\$/месяц [10].



Рис. 4. Сервис для создания креатива Pixlr

Pixlr позиционирует себя как «онлайн-фоторедактор». По сути, это облачный набор инструментов для редактирования изображений, включающий несколько фоторедакторов и сервис обмена фотографиями. Набор предназначен для непрофессионалов, однако приложения варьируются от простого до продвинутого редактирования фотографий.

Платформа может использоваться на десктопах, а также на смартфонах и планшетах через мобильное приложение. Pixlr совместим с различными форматами изображений, такими как JPEG, PNG, WEBP, GIF, PSD и PXZ (собственный формат документов Pixlr). В 2013 году Time включил Pixlr в список 50 лучших сайтов года.

Язык интерфейса – английский (EN), существует возможность выбрать другие языки.

Платформы: только веб-версия.

Стоимость: бесплатно [11].

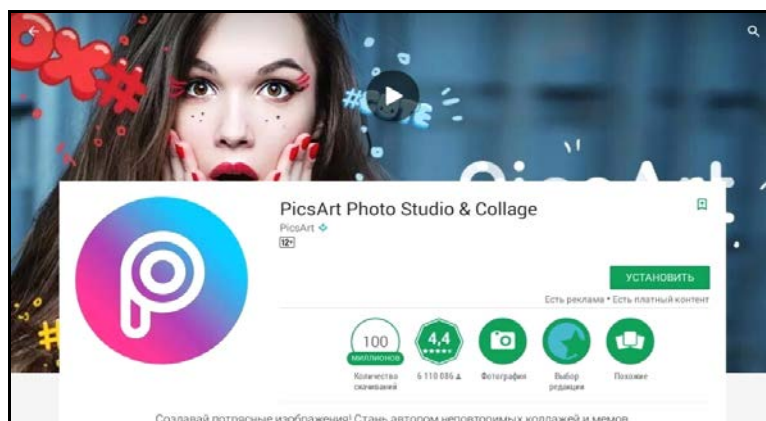


Рис. 5. Сервис для создания креатива PicsArt

Сервис PicsArt – это платформа, предназначенная для смартфонов. Она может подойти тем, любит создавать графические креативы на мобильном устройстве. В этом приложении есть все для редактирования фото и монтажа видео, а также представлены разнообразные эффекты, маски, стикеры и многое другое.

Язык интерфейса – русский (RU), поддерживает множество языков.

Платформы: iOS/Android (появилась онлайн версия для десктопа).

Стоимость: бесплатно, есть платная подписка: 2850 руб. в год (при оплате за год) или 449 руб. в месяц [12].

## V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как видно, все рассмотренные креативные сервисы предназначены для решения довольно узких задач, связанных с визуальным оформлением идеи. Они разработаны для дизайнеров, SMM-специалистов, графических конструкторов – всех, кто связан с визуализацией идеи. Безусловно, современные реалии требуют от вебмастера качества исполнения используемых креативов. Красивые, необычные картинки, gifs или видеоролики привлекают внимание потенциальной аудитории. Однако не будем забывать, что для того, чтобы визуал «бил точно в цель», он должен соответствовать креативной задаче и коррелировать с ценностями и ожиданиями аудитории. Креатив через необычную идею позволяет обращаться к эмоциям потенциальных покупателей. Он побуждает их к действию, обращая внимание на объект рекламы, пытаясь изменить покупательское поведение, помогая сделать правильный выбор. Достоинство креатива – способность оставить след в памяти

потребителя. Создание оригинального креатива так же сложно, как и создание нового продукта. Именно в этом заключается причина, по которой ни один искусственный интеллект не способен заменить естественный потенциал человека. И позиционирование сервисов как «креативных» – это терминологическая неточность, однако именно она демонстрирует роль и значимость интеллекта человека. Здесь необходимо добавить, что обозначенная роль оценивалась в истории философии неоднозначно: в античности еще досократики разделили мнение (как результат чувственных впечатлений и их прямолинейных обобщений) и знание (как результат рационального познания). Эту ориентацию довел до предела Платон, выделив в человеческой душе, во-первых, *разумную часть души* (те, у кого она доминирует, и должны стать правителями-философами), во-вторых, яростную, мужественную (воины-стражи), и, в-третьих, воделеющую материальных благ (земледельцы и ремесленники). Приведем знаменитые слова, сравнивающие душу с повозкой: «Две части ее мы уподобим коням по виду, третью – возникшему... Из коней, говорим мы, *один хорош*, а другой нет» [7, с. 162]. Нетрудно догадаться, что «хороший конь» – это разум (но, добавим, фундированный моральными нормами).

В следующую эпоху, а именно в средневековье, можно выделить две противоположные тенденции: с одной стороны, фидеизм, чьим кредо выступают слова Тертуллиана: «Верую, ибо абсурдно!». С другой же – что для нас более интересно – «христианский гностицизм», девизом коего выступает мысль блаженного Августина Аврелия: «Разумей, чтобы верить и верь, чтобы разуметь». Точности ради скажем, что дословно эта фраза им не произносилась, но во многих работах можно найти схожие слова; например, в труде «О предопределении святых» сказано: «Необходимо, чтобы Всё, во что верят, предварялось размышлением для того, чтобы в него верили. ... Ведь не всякий, кто мыслит, верует: многие размышляют для того, чтобы не верить. *Но всякий верующий мыслит, причем мыслит, веруя, и верует, размышляя*» [1]. Однако, несмотря на указанное различие, обе позиции едины в том, что вера выше разума. Ситуация кардинальным образом меняется в следующую эпоху – недаром Новое время и особенно его квинтэссенцию, эпоху Просвещения, называют «царством разума». Именно в последнем и видят сущность человека как такового; хотя идея Бога и не исчезает полностью, но богопознание начинает трактоваться как рациональный процесс. Р. Декарт, отождествляя понятия «душа» и «разум», не отрицает существования Бога, но считает его постижимым «только на пути рациональной интуиции. Последняя есть «не зыбкое свидетельство чувств и не обманчивое суждение неправильно слагающего воображения, *а понимание ясного и внимательного ума, настолько легкое и отчетливое, что не остается совершенно никакого сомнения относительно того, что мы разумеем; ... несомненное понимание ясного и внимательного ума, которое порождается одним лишь светом разума*» [2, с. 84]. И, конечно, упомянув великого французского мыслителя, нельзя не привести его знаменитых слов «*Cogito, ergo sum*».

Хотя во второй половине XIX и особенно в XX веке такой гиперрационализм был подвергнут обоснованной критике, не вызывает сомнения, что роль интеллекта человека остается чрезвычайно значимой.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Исследование проводилось в апреле 2022 года, на тот момент все представленные сервисы были действующими. В настоящее время Instagram (Instagram (Meta)) признана экстремистской организацией и запрещена в России, так же, как продукты Instagram и Facebook. Canva недоступна в России и в регионах, находящихся под санкциями (дата обращения: 11.07.2022)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блаженный Аврелий Августин О предопределении святых // Азбука веры : православная библиотека. – URL: [https://azbyka.ru/otechnik/Avrelij\\_Avgustin/o-predopredelenii-svjatykh/](https://azbyka.ru/otechnik/Avrelij_Avgustin/o-predopredelenii-svjatykh/) (дата обращения: 5.04.2022).
2. Декарт, Р. Правила для руководства ума / Декарт Р. // Сочинения: в 2 т. Т. 1. – Москва : Мысль, 1989. – С. 77–153, 84.
3. Дмитриева, Л. М. Методы формирования креативных идей в рекламе / Л. М. Дмитриева, Н. В. Шишова // Омский научный вестник. – 2010. – № 3 (88). – С. 251–253.
4. Дмитриева, Л. М. Креатив в продвижении бренда / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вегенер // Омский научный вестник. – 2013. – № 5 (122). – С. 246–250.
5. Морозова, И. Г. Рекламный креатив. В поисках ненавязчивой идеи / И. Г. Морозова. – Москва : Гелла-Принт, 2003. – 224 с. – ISBN: 5-901008-25-1.
6. Павлова, В. С. Научно-инновационная методология создания современной креативной рекламы / В. С. Павлова // Альманах современной науки и образования. – 2013. – № 12 (79). – С. 140–145.
1. Платон. Федр / Платон // Платон. Сочинения : в 4 т. Т. 2. – Москва : Мысль, 1993. – С. 135–191.
7. Canva : [сайт]. – URL: <https://www.canva.com/> <https://www.canva.com/ru/> (дата обращения: 5.04.2022).
8. Crello : [сайт]. – URL: <https://create.vista.com/ru/> (дата обращения: 5.04.2022).
9. Pablo : [сайт]. – URL: <https://pablo.buffer.com/> (дата обращения: 5.04.2022).
10. Pixlr : [сайт]. – URL: <https://pixlr.com/ru/> (дата обращения: 5.04.2022).
11. PicsArt : [сайт]. – URL: <https://picsart.com/ru/> (дата обращения: 5.04.2022).

УДК 316.77, 070

### EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ КАК ФАКТОР ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

### EVENT-EVENT AS A FACTOR OF POPULARIZATION OF URBAN SPACE

**Е. С. Радионцева**

*Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия*

**E. S. Radiontseva**

*Omsk State Technical University, Omsk, Russia*

**Аннотация** – в публикации поднимается вопрос о продвижении проекта событийного маркетинга – международной акции «Ночь музеев» на региональной площадке. Автор выявляет проблему, связанную с широким освещением акции через средства массовой информации, и малым количеством посетителей мероприятия. Цель исследования – выявить специфику и механизм продвижения акции, сформировать рекомендации по системе ее дальнейшего продвижения.

**Ключевые слова:** событийный маркетинг, event-мероприятие, акция, «Ночь музеев»



## I. ВВЕДЕНИЕ

Событийный маркетинг и лежащие в его основе event-мероприятия оказывают немалое влияние на имидж территории, способствуют формированию его культурно-экономического потенциала, привлечению инвесторов и туристов, созданию благоприятной среды для жизнедеятельности человека и проч. [1, 2, 3, 4, 5]. Сегодня многие города делают ставку на событийный компонент территориального маркетинга, поскольку это позволяет городам привлекать больше инвестиционного внимания, нежели какие-либо другие традиционные инструменты продвижения.

В мире проходят сотни гастрономических фестивалей. Мюнхен известен своим легендарным «Октоберфестом», Бургундия – винным фестивалем «Божоле Нуво». Карнавальное движение четко ассоциируется с Венецией и Бразилией. Любители флоральных мотивов стекаются в Амстердам на ежегодный парад цветов или отправляются в Японию, чтобы увидеть фестиваль бонсай. Перечень спортивных и музыкальных событий поистине безграничен – конкурс «Евровидение», Зальцбургский фестиваль, джазовый фестиваль в Монрё и т.д.

В российских городах событийный маркетинг направлен на развитие туризма и сконцентрирован в крупнейших регионах – Москве и Санкт-Петербурге. Во всех остальных городах России событийный маркетинг развит слабо. В Омской области ивенты событийного маркетинга долгое время сводились к празднованию 9 мая, Дня города, международному марафону «Сибирь».

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Поддержка международной акции «Ночь музеев» и внедрение ее в культурное пространство регионов России позволило расширить перечень мероприятий событийного маркетинга.

## III. ТЕОРИЯ

Впервые «Длинная ночь музеев» (нем. Lange Nacht der Museen) была организована в 12 музеях Берлина в 1997 году. Администрация города приняла решение в этот день пропускать посетителей в музеи бесплатно, а экскурсии проводить всю ночь. Идея имела успех и на следующий год к акции присоединились еще 20 городов Германии.

В 1999 году по инициативе министерства культуры и коммуникациям Франции была проведена акция «Весна музеев». История ночных музейных гуляний, приуроченных к международному Дню музеев, в Европе началась в 2001 году и стремительно завоевала популярность во многих европейских столицах. В 2001 году в акции участвовало 39 стран Европы и Америки.

Россия присоединилась к акции в 2002 году – в Красноярске в честь 15-летнего юбилея Красноярского музейного центра прошла «Музейная ночь», которую посетили около 5 тысяч человек. В 2006 году к акции присоединились музеи Санкт-Петербурга и Казани, в 2007 году – Московские и Екатеринбургские музеи. С этого момента количество городов России, поддерживающих акцию, стало стремительно расти, а количество музеев-участников расширяться.

Согласно открытым Интернет-источникам, в Омске акция «Ночь музеев» впервые прошла в 2007 году, но информация об этом была представлена только на уровне упомина-

ния факта. Первый развернутый анализ акции датирован 2009 годом, когда ее провел Омский историко-краеведческий музей (количество посетителей составило несколько десятков человек).

В 2022 году акцию в Омской области поддержало рекордное количество участвующих музеев – более 30, однако посетили акцию всего около 15 000 человек. Это число не превышает 2% от общего количества жителей города и представляется необоснованно низким, особенно если учесть международный статус акции, историю ее становления, уровень подготовки и организации мероприятия.

С чем связана сложившаяся ситуация? Возможно, со спецификой проекта и недоработками в организации и проведения акции. Однако более обоснованной представляется другая ситуация – недоработки и несовершенство системы продвижения акции.

Объектом нашего исследования является специфика продвижения акции «Ночь музеев» и анализ методов и инструментов, которые применялись организаторами для информирования общественности, формирования интереса и мотивации целевой аудитории.

Коммуникационная стратегия, необходимая для проведения такого рода мероприятия, традиционно предполагает взаимодействие с рядом объектов: с одной стороны, это лица и предприятия, заинтересованные в организации и проведении события, – это музей-участники, инвесторы, органы власти; с другой – потребители или целевая аудитория акции, а также СМИ, контактные группы и прочее.

Начнем с того, что основу коммуникационной стратегии составляют реклама, связи с общественностью, мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта, а также прямые или персональные продажи. Все эти коммуникационные инструменты различаются по характеру и направлению воздействия. Выбор структуры комплекса коммуникаций, то есть сочетание отдельных элементов в стратегии продвижения, зависит от разных факторов, в том числе от этапа жизненного цикла объекта продвижения.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выявить жизненный цикл акции «Ночь музеев» в Омске – непростая задача. Напомним, что в жизненном цикле принято различать этап осведомленности, этап выведения товара/услуги на рынок, этап роста, зрелости и упадка. На каждом из них эффективными признаются определенные сочетания инструментов продвижения. Первые три этапа жизненного цикла имеют много общего в инструментах продвижения и основаны на активном использовании рекламных и PR-сообщений. Именно эти инструменты мы проанализируем при исследовании специфики продвижения акции «Ночь музеев» в Омске, поскольку можно смело предположить, что жизненный цикл акции находится на уровне этапа осведомленности, несмотря на довольно серьезный возраст мероприятия в целом. Эмпирической базой исследования стали данные открытых Интернет-источников, а также наблюдения за средствами рекламных сообщений накануне и после проведения акции «Ночь музеев» в Омске в 2022 году.

Сразу оговоримся, что реклама как платная форма неличного представления и продвижения проекта не была зафиксирована в культурном пространстве региона. Не исключено, что организаторы мероприятия обращались к этому инструменту продвижения, однако в таком случае он был рассчитан на узкий целевой аудиторный сегмент и не справился с задачей широкого охвата внимания населения города.

Другое дело – организация связей с общественностью как некоммерческая форма коммуникации, осуществляемая посредством СМИ. Эта форма взаимодействия с общественностью оказалась весьма эффективной, многоаспектной и действенной. Однако положительная оценка здесь возможна только при анализе фактического количества вышедших публикаций.

На освещение акции охотно откликнулись СМИ разных типологических сегментов: телевидение, радио, печатные и электронные издания. Количество сообщений, зафиксированных в региональных и федеральных СМИ в открытых источниках, превысило 500.

На федеральном уровне были продуманы и реализованы интересные стратегии коммуникации, позволившие привлечь внимание общественности к акции в целом. Информационное сопровождение здесь проходило следующим образом. Во многих музеях был назначен ответственный исполнитель за размещение информации о событиях «Ночи музеев» на сайте учреждения, в социальных сетях на страничках музея и трансляции в режиме реального времени.

В социальных сетях продумывались специальные тематические сообщения. Отталкиваясь от темы акции, например, от темы акции «Ночи музеев» в 2018 году «Шедевры из запасников», была реализована акция, направленная на привлечение к ней внимания. За помощью в популяризации культурного наследия нашей страны пользователей Интернета попросили рассказать своим подписчикам в социальных сетях о самых необычных, редких, старинных и загадочных музейных экспонатах: написать об экспонате небольшую историю и до окончания «Ночи музеев» выложить ее вместе с фото- или видеоматериалами в соцсети под хештегом #ШедеврыЗапасников. «Культура.РФ» собирала самые интересные посты по этому тегу в своих сообществах, а также рассказывала о многих представленных экспонатах в специальных сетях на самом портале. Также совместно с социальной сетью «Одноклассники» портал «Культура.РФ» научил искусственный интеллект распознавать шедевры, поэтому пользователи социальной сети могли отправлять на специальную почту сообщения, если в их музейной коллекции есть портреты, о которых они хотели бы рассказать.

Также были организованы прямые трансляции в проекте «Культурный стриминг». Проект портала «Культурный стриминг» собирал прямые трансляции культурных программ и интересных событий. Участие в «Культурном стриминге» – это отличная возможность рассказать о своем учреждении, привлечь к нему новую аудиторию, и «Культура.РФ» стремилась предоставить такой шанс всем музеям страны – и столичным, и региональным. Чтобы трансляция из какого-либо музея попала на главную страницу проекта «Культурный стриминг» и ее увидели тысячи пользователей по всей стране, представители музея могли также написать на специальную электронную почту.

Еще одно интересное направление в освещении акции – события на «Яндекс.Афише» и портале 2do2go. На страницах этих информационных партнеров появлялись брендированные подборки к акции «Ночь музеев», куда попадали подтвержденные события, добавленные в личный кабинет портала «Культура.РФ». На «Яндекс.Афише» были сформированы подборки по тем городам, в которых проходит более 8 мероприятий. У событий, добавленных в Автоматизированную информационную систему «Единое информационное пространство в сфере культуры» (АИС ЕИПСК), должно быть прикреплено место проведения и проставлен тег «Ночь музеев». Портал 2do2go уже опубликовал подборки событий по 85 городам – столицам регионов. В подборки добавлялись все события, проходящие в этих городах.

Освещение акции в регионах не предполагало многоступенчатых подходов и эксклюзивных вариантов размещения или трансляции сообщения. Контент сводился к узконаправленной подаче – анонсированию мероприятия с представлением программы акции. По такому пути пошел целый ряд изданий – «Вечерний Омск» («Куда сходить с детьми на «Ночь музеев» в Омске», <https://omskgazeta.ru/rubrika/kultura/kuda-shodit-s-detmi-na-noch-muzeev-v-omske/>), NGS55.ru («В Омске пройдет «Ночь музеев»: список участников акции», <https://ngs55.ru/text/culture/2022/04/26/71285627/>), электронное издание «Новый Омск» (Музеи Врубеля и Белова, Либеров-центр: куда в Омске можно сходить бесплатно в День музеев, [https://newsomsk.ru/news/125675-muzei\\_vrubelya\\_i\\_belova\\_liberov\\_tsentr\\_kuda\\_v\\_omsk/](https://newsomsk.ru/news/125675-muzei_vrubelya_i_belova_liberov_tsentr_kuda_v_omsk/)).

Теперь представим ситуацию через призму восприятия информации обычного человека, со средней или ниже степенью вовлеченности в культурное пространство региона. Как целевой аудитории сориентироваться в огромном массиве информации программы мероприятий? На чем остановить свой выбор? Каждый музей проводил около 5 мероприятий в среднем (от 2 до 8). СМИ представляли все события этой ночи кратко, не обделяя никого вниманием. Безусловно, непредвзятое отношение со стороны журналистов – это большой плюс, однако непосвященному человеку очень трудно сориентироваться и сделать выбор. Можно было бы продумать систему и направить внимание общественности в определенную сторону. Не сложно организовать систему пресс-конференций или транслировать позицию через лидеров мнений. Возможно, идея организаторов акции заключалась в том, чтобы отказаться от приоритетов и позволить целевой аудитории самой сделать выбор. Однако отсутствие этого мотива в СМИ могло и отпугнуть аудиторию, снизив ее градус внимания.

Итоги мероприятия журналисты подводили, используя жанр фоторепортажа, сопровождаемый текстом. Примеры – публикация «Танцы, перформанс и мастер-классы. Как прошла «Ночь музеев» в Омске?» на электронном ресурсе om1.ru («Танцы, перформансы и мастер-классы. Как прошла «Ночь музеев» в Омске?»), [https://www.om1.ru/afisha/news/269654-tancy\\_performansy\\_i\\_master-klassy\\_kak\\_proshla\\_noch\\_muzeev\\_v\\_omske\\_fotoreportazh/](https://www.om1.ru/afisha/news/269654-tancy_performansy_i_master-klassy_kak_proshla_noch_muzeev_v_omske_fotoreportazh/)) или в тексте «Ночь музеев» в Омске поставила рекорд» на сайте bk55.ru («Ночь музеев» в Омске поставила рекорд», <https://bk55.ru/news/article/202778/>). Здесь тоже не было уделено пристального внимания проектам-локомотивам акции. Между тем это позволило бы заложить фундамент на следующий год, когда при упоминании мероприятия человек уже четко знал бы, куда он хотел бы пойти и что желал бы посмотреть/послушать.

## V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Недоработки в системе коммуникаций не позволяют сделать акцию по-настоящему всенародной и популярной. Для того, что расширить количество ее участников, не надо выходить на новые сегменты целевой аудитории, необходимо откорректировать систему работы с уже имеющейся группой общественности. Речь идеи о пересмотре контент-стратегии продвижения акции через систему связей общественности, а также привлечении и использовании других инструментов маркетинговых коммуникаций. Именно это позволит сделать ее по-настоящему известной и в дальнейшем быть стать событием-локомотивом для формирования культурного пространства региона.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Долгова, И. В. Возможности применения маркетинга впечатлений в продвижении территории: теоретический и практический аспекты / И. В. Долгова // Экономика, предпринимательство и право. – 2018. – № 2. – С. 95-110.
2. Землянная, А. С. Отечественный и зарубежный опыт использования брендами специальных мероприятий на основе концепции educational-маркетинга / А. С. Землянная, Д. А. Савостин // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2020. – № 7-2 (46). – С. 118-121.
3. Слогодский, Д. А. Событийный маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории / Д. А. Слогодский // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – № 1. – С. 96-99.
4. Скорниченко, Н. Н. Развитие событийного туризма как эффективный инструмент геобрендинга на муниципальном уровне / Н. Н. Скорниченко // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2020. – № 11 (1). – С. 59-65.
5. Терских, М. В. Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории / М. В. Терских, М. Е. Стручинская // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2015. – № 2. – С. 19-30.

УДК 762.1

## ЛИНОГРАВЮРА В КНИЖНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ

### LINOGRAPH IN BOOK ILLUSTRATION

**С. Н. Сенина**

*Омский государственный педагогический университет, факультет искусств,  
г. Омск, Россия*

**S. N. Senina**

*Omsk State Pedagogical University, Faculty of Arts,  
Omsk, Russia*

**Аннотация** – в статье обозначена проблема современных иллюстративных книжных техник, где преобладает компьютерная графика. Раскрыта важность авторского подхода в иллюстрировании литературных произведений, в том числе при обращении к различным видам печатной графики, а именно, к линогравюре. Представлены составляющие этапов создания графических образов при работе над линогравюрой. Анализируются специфика техники линогравюры и её возможности в области книжного иллюстрирования.

**Ключевые слова** – иллюстрация, книга, линогравюра, графика, выразительные возможности, гравюра

## I. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования определяется особенностями воздействия книги на читателя через художественное иллюстрирование книги. Визуальное сопровождение литературных образов является универсальным процессом познания, где книга синтезирует творческие замыслы через слово и изобразительный ряд через обще эстетическую концепцию.

Чтобы создать серию иллюстраций, оценивая перспективы иллюстрации-линогравюры, определяя востребованность данной художественной техники в сочетании с возможностями графического дизайна, определены направления и целеполагание данного исследования.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Определяя траекторию творческого процесса создания авторских иллюстраций в технике линогравюры, видна необходимость обоснования особенностей художественной иллюстрированной книги, исследуя виды печатной графики, как визуализации литературных образов с точки зрения эволюции процесса и специфики техники, применяемой художниками-иллюстраторами.

Для достижения цели предстоит решить следующие задачи:

- выявить, какие существуют виды печатных техник по признаку «иллюстрации в книгах»,
- охарактеризовать, какими способами линогравюра тиражировалась для печатных изданий при разных возможностях полиграфического дизайна.
- создать серию авторских иллюстраций-линогравюр к книге.

## III. ТЕОРИЯ

Рассмотрим степень изученности темы, анализируя литературу по вопросам исследования. К теории данного направления можно отнести работы Ю. Я. Герчука, Б. Е. Галанова, В. Фаворского, Э. З. Ганкиной, В. Н. Петрова, Э. Д. Кузнецова, В. Н. Горяевой и других. В более поздний период позиции, затрагиваемые нашим исследованием, рассмотрены в трудах В. Н. Ляхова, О. И. Подобедовой, С. Т. Антоновой, Э. Д. Кузнецова, С. М. Болховитиновой, М. А. Чегодаева, М. П. Ельникова, А. А. Сидорова, Н. Шульгиной и др. Актуальность данного исследования определена недостаточной методической и научно-практической разработанностью различных аспектов иллюстрирования художественной книги, определяя его объект и предмет, а обращение к редко встречаемой технике при иллюстрировании делает его востребованным.

Объект исследования – линогравюра как возможная техника иллюстрирования книг. Предмет исследования – выразительные возможности иллюстраций в технике линогравюры при создании авторской серии.

Визуальная форма выразительности текста в книге имеет многосторонние особенности. Изучая их, мы опирались на исследования О. И. Подобедовой, В. Н. Ляхова, А. А. Беловицкой, А. А. Сидорова, затрагивающие философские проблемы иллюстрирования книжных изданий. В работе используется, преимущественно, эмпирический опыт на основе работ Э. З. Ганкиной, Б. Е. Галанова, В. И. Костина, Э. Д. Кузнецова, Ю. А. Молока.

Обратимся к историческим аспектам художественной иллюстративной техники. Линогравюра определяется как «отпечаток с рисунка, который вырезан на линолеуме или на сходном с ним пластическом материале» [2, с. 108]. Сам термин происходит от слов «лино-

леум» и «гравюра». «Линолеум делался вначале из молодой пробки, перемешанной с линолеином (окисленным льняным маслом) и смолистыми веществами. Эта смесь наносилась на редкую, но очень прочную джутовую ткань и затем проходила термическую обработку» [3, с. 8].

Эволюцию книжной линогравюрной иллюстрации по источникам искусствоведческого характера можно отследить, начиная от VI века н. э. (её первого упоминания) и до творческого опыта двадцатого столетия В. В. Матэ, Н. А. Шевердяева, И. Н. Павлова. Здесь важен опыт обращения к региональным мастерам линогравюры и творчеству А. Чермошенцева, А. Макарова, М. Макаровой, И. Желистова, А. Сухарева, А. Машанова. Многие работы, созданные ими, не являются книжными иллюстрациями, но мотивы и образы произведений этих художников помогут определиться с выбором литературного произведения, т. к. демонстрируют богатые выразительные возможности изучаемой печатной техники.

Нами были найдены примеры книжного дизайна в исследуемой технике. «Тиражирование оттисков при разработке всего одной доски, отвечают требованиям современного ритма жизни. Несмотря на то, что линогравюра изобретена давно, она пользуется большой популярностью в работе у современных дизайнеров, иллюстраторов и художников. Выделяется тенденция к современной типографике в винтажном исполнении, скрещивающиеся элементы и тонкие живописные цветовые решения» [1, с. 220]. В книжном иллюстрировании стоит упомянуть яркий пример творчества Дмитрия Брюханова.



*Рис. 1.* Д. А. Брюханов. Иллюстрация к книге Г. А. Меновщикова «Эскимосские сказки и легенды». Линогравюра. 1969

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Базой исследования является факультет искусств ОмГПУ, работа над магистерской диссертацией по направлению «Дизайн и компьютерная графика» в течение 2022–2024 гг.

Практическая значимость творческих экспериментов магистерского диссертационного исследования определена, прежде всего, тем, что на первом этапе в 2022 году в период учеб-

ной практики научно-исследовательской работы, направленных на получение первичных навыков исследовательской деятельности), проанализирована и обобщена информация по теме, выстраивающая траекторию последующих проектных творческих задач.

Серия иллюстраций в книге, созданная на следующем этапе исследования, которая будет создана в технике линогравюры, определит значимость данной работы после презентации их целевой аудитории и профессиональным экспертам.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования продемонстрируют актуальность поиска в данном направлении книжного иллюстрирования. Дизайнер-иллюстратор, рассматривая историю линогравюры, для понимания возможностей ее выразительных средств, непременно должен анализировать работы художников, работающих в данном виде печатной графики. Способность разглядеть в произведениях специфические авторские приемы и техники, проследить неповторимые нюансы в передаче художественного образа помогает другим художникам-графикам находить собственное видение идеи в подаче изображаемого. Посредством языка материала гравюры ведется поиск новых идей, образов, композиционных приемов и вариаций при выполнении книжных иллюстраций. Это и является «средством эмоциональной окраски и фактором воздействия на читателя в духе и стиле литературного произведения» [1, с. 246]. Работа над линогравюрой – это творческий опыт переосмысления известных произведений лаконичным языком печатной графики в новой авторской интерпретации, которая демонстрирует большой спектр иных средств выразительности, учитывая и особенности процесса оцифровки данного изображения для книгопечатания.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в результате данного исследования уже обозначено, что влияние компьютерных технологий распространяется на различные сферы жизни людей. Такое влияние распространилось и на искусство книжной иллюстрации. Однако в последнее время постепенно переоценивается значимость «рукотворных» творческих работ. Книжные иллюстрации, исполненные в разнообразных художественных техниках без применения инструментов компьютерной графики, становятся более значимыми, приумножают статус издания, положительно влияют на отношение к книге читателя.

Использование техники линогравюры в качестве книжной иллюстрации – продвижение творческого процесса в исследовании технологий печатной графики и, в частности, иллюстрирования книг как визуального дополнения. А возможности полиграфического дизайна открывают способы репродуцирования созданных иллюстраций в данной технике без потери особенностей воспроизведения замысла на бумаге разного качества.

В заключении отметим, что гравюра имеет большую ценность для процесса обучения графическим техникам, она доступна и эффективна, а обучение линогравюре помогает развить уровень графических умений на разнообразных этапах обучения не только художников, но и дизайнеров. Рисование иллюстраций для книжных изданий вновь обретает значимость и актуальность, выдерживая конкуренцию с иллюстрациями на компьютере. Возможности современной компьютерной техники позволяют перенести изображения, созданные в не-



больших тиражах и даже в единственном экземпляре, в формат для тиражирования, расширяя возможности публикации работ в выбранной технике в многотиражное издание, что определяет перспективу дальнейшего изучения данного вопроса.

Научный руководитель: доцент кафедры дизайна, монументального и декоративного искусства, к. п. н. Ланщикова Г. А.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адамов, Е. Б. Книга как художественный предмет. Часть вторая. Формат. Цвет. Конструкция. Композиция / Е. Б. Адамов. – Москва : Знание, 1990. – 365 с.
2. Садовченко, А. В. Техника линогравюры в книжной графике – Петербургский государственный университет технологии и дизайна / статья в сборнике трудов конференции – XIX Царскосельские чтения – Материалы международной научной конференции. Том 1. Под общей редакцией В. Н. Скворцова Л. М. Кобрина (отв. ред.). 2015. С. 133–135. eLIBRARY ID: 24225114 EDN: UKDBRN
3. Сухарев, А. И. Офорт: учебное пособие/ А. И. Сухарев, А. Н. Машанов – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2017. – 118 с.

УДК 004.9

## НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА ЛОГОТИПА

### NEURAL NETWORK TOOLS FOR CREATING A LOGO DESIGN

**О. Я. Соколова**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**O. Y. Sokolova**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – В статье рассматриваются нейросетевые инструменты для создания дизайна логотипа, их особенности, эффективность и принципы использования. В работе производится теоретический анализ таких инструментов, а также определяется сфера их использования в разработке дизайна. Отмечается значительная важность таких инструментов и их положительное влияние на развитие дизайна логотипов. Кроме того, делается вывод, что использование нейросетевых инструментов позволяет значительно упростить работу с визуальным контентом. При этом значительно оптимизировать временные и материальные ресурсы компании по созданию логотипа

**Ключевые слова** – логотип, брендинг, цифровизация, нейросетевые инструменты, Интернет, маркетинг

## I. ВВЕДЕНИЕ

Нейросетевые технологии, которые сегодня активно развиваются, качественно меняют не только повседневную жизнь человека, но и вносят кардинальные изменения в различные сферы деятельности. Заметное влияние нейротехнологии и инструменты оказывают и на сферу маркетинга, где нейросеть позволяет значительно упростить работу с визуальным контентом. Самые популярные инструменты для дизайна и разработки: «Looka» – сайт, генерирующий логотипы, Autodraw – инструмент для рисования от Google, Let's Enhance – сервис, улучшающий фотографии с низким разрешением, uKit AI – программа для редизайна сайтов и многие другие.

В частности, нейросеть в значительной степени упростила процесс создания логотипов – основной черты любого бренда и ключевой характеристики его узнаваемости потребителем – и предложила множество вариантов по расширению функционала использования логотипа компанией. Сегодня процесс создания логотипа – одновременно легкий и сложный процесс: существует огромное количество площадок и сайтов, которые предлагают автоматизированные процессы создания логотипа, но сам логотип можно значительно усложнять по наполнению, добавляя в него, например, элементы анимации, взаимодействия с потребителем и т.д.

Процесс создания логотипов коренным образом изменился благодаря появлению нейросетевых инструментов, которые значительно расширили возможности по созданию логотипов, их модернизации, а также заметно увеличили количество способов взаимодействия с ними потребителя.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение основных нейросетевых инструментов, которые можно использовать для создания логотипа компании, а также оценка эффективности их воздействия на потенциальных потребителей. Для реализации этой цели необходимо добиться решения следующих задач: определить теоретические основы нейросетевых инструментов создания логотипа компании и рассмотреть практические основы их использования.

## III. ТЕОРИЯ

Логотип является главным атрибутом фирменного стиля компании. Разработка логотипа необходима для привлечения внимания к фирме или ее товару. В свою очередь логотип – это визуальное выражение концепта и идеи торговой марки.

Сама по себе разработка дизайна логотипа представляет собой создание знака или символа, который отличает одну компанию от других. Кроме того, логотип отражает ее бренд, философию, продукцию или позиционирование. Логотип должен быть прост и доступен для восприятия и вместе с этим доносить до потребителя ключевую идею компании и привлекать его. Таким образом, логотип должен обладать такими характеристиками, как простота, гармоничность, соотнесенность с продуктом и философией компании [1, с. 52].

Логотип, как элемент фирменного стиля, служит в первую очередь для идентификации организации либо некоего товара на рынке для того, чтобы помочь конечному потребителю отличать продукцию разнообразных организаций в рамках одного рыночного сегмента. Говоря иными словами, главная отличительная функция логотипа – формирование у потенциальных покупателей и клиентов узнаваемого, запоминающегося впечатления, т. е., исходя из своего предназначения, логотип является неотъемлемой частью имиджа (стиля) определенного про-

дукта или же целой компании. Потребитель считает, что если у организации есть логотип, это является гарантией качества; компании без логотипа вызывают у него большие сомнения.

Диджитализация современного мира, в том числе в сфере маркетинга и брендинга, заметно изменили процесс создания логотипов. Появилось большое количество инструментов («Adobe Photoshop», «Adobe Illustrator», «Canva», «Figma» и другие), которые изменили подход к этому процессу, заметно его расширили и усложнили в плане возможности выбора цветовых решений, шрифтов, форм и т.д.. Вместе с этим процесс создания логотипов стал проще в смысле его реализации. Существуют возможности создания логотипов по готовым шаблонам или путем использования нейросетей, которые самостоятельно разрабатывают такой дизайн согласно ключевым словам и пожеланиям дизайнера.

Одним из главных цифровых инструментов является работа со шрифтом логотипа: Интернет позволяет подходить к этому процессу более свободно, предлагая дизайнеру как готовые решения, так и возможности творческого подхода. Кроме того, большинство цифровых площадок предлагают создание изображений, символов и т.д.

Сегодня одной из главных тенденций в дизайне логотипов является анимирование логотипов, которое позволяет делать их более живыми для потребителя и предлагает ему способы взаимодействия с логотипом. На практике логотип становится движущейся картинкой или отдельные его элементы реагируют на разные действия клиента. Моушн-дизайн может использоваться не только в логотипах, но и в других элементах фирменного стиля: например, в паттернах и иллюстрациях (это часто можно наблюдать в мобильных приложениях).

Инновационным методом создания логотипа является нейросеть. В настоящее время работа нейросетевых программ находится в стадии развития и еще не достигла совершенства, однако уже существует мнение, что создать качественный и красивый логотип можно и без помощи дизайнера. Такие программы как «Looka», «Namelix», «Turbologo», «Николай Иронов – дизайнер и нейросеть» – позволяют создать логотип в несколько кликов [2, с. 208]. Большой плюс использования нейросети – это быстрый результат и минимум затрат.

Айдентика в интернете более гибкая. Ее можно быстро и недорого изменить или дополнить. Возможно, это один из факторов, который влияет на упрощение дизайна логотипов вообще. В конце XX века в печатной продукции был один логотип на весь тираж, поэтому в нулевых годах его перегружали градиентами, объемом и другими эффектами. Сейчас эти мелочи можно менять хоть каждый день, поэтому исходные логотипы более просты [3].

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В ходе эксперимента был использован один из самых популярных нейросетевых инструментов «Looka», для сравнения насколько эффективно можно с помощью него создать логотип для компании. Исследование было направлено на сравнение уже созданного профессиональными дизайнерами логотипа компании «S7 Airlines» с логотипом, который создан с помощью инструмента «Looka». Представим для начала логотип, созданный дизайнерами компании «S7 Airlines» (рис. 1).



Рис. 1. Логотип компании «S7 Airlines»

Для создания логотипа, альтернативного уже существующему, был использован функционал нейросетевого инструмента «Looka». Чтобы получить готовый логотип, необходимо было выполнить следующие этапы:

1. Ввести название компании;
2. Указать направление компании Большой плюс использование нейросети – это быстрый результат и минимум затрат;
3. Выбрать варианты дизайна логотипа;
4. Выбрать цветовую схему;
5. Ввести слоган компании;
6. Выбрать ключевые слова;
7. Выбрать иконки для логотипа.

Созданный логотип представлен на рис. 2.

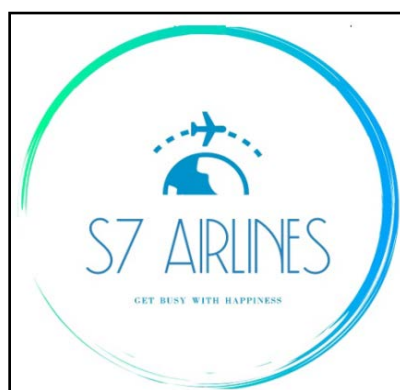


Рис. 2. Логотип «S7 Airlines», созданный с помощью «Look»

После с помощью форм для опроса в Google был проведен опрос среди потенциальных и постоянных пользователей компании «S7 Airlines». Респонденты должны были сравнить два логотипа и решить, какой из двух им нравится больше. Четыре критерия, которые были предложены для оценки: привлекательность, уникальность, цветовая схема, шрифты.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

По итогам проведенного опроса было выяснено, что большинство (55%) респондентов считают вариант, созданный при помощи «Looka» более привлекательным. 45% проголосовали за логотип компании, созданный дизайнером. Следующий критерий – уникальность. 65% опрошенных считают, что созданный логотип более оригинален по сравнению с имеющимся. Цветовое решение – за логотип, созданным дизайнерами, проголосовало всего 20%, причем многие высказывали мнение, что серый цвет шрифта, который использован в оригинальном логотипе, никак не ассоциируется с авиаиндустрией. Мнение респондентов по поводу шрифтов разделилось в соотношении 50% на 50%. Респонденты также продемонстрировали низкую осведомленность об инструментах на основе нейросетей, однако отмечают позитивное значение их существования.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, появление нейросетевых цифровых инструментов создания дизайна логотипа имеет положительное значение для развития сферы брендинга, так как такие решения позволяют значительно упростить создание логотипов, а также они способствуют расширению дизайнерских инноваций. Важным итогом использования нейросетевых инструментов является значительная оптимизация временных и материальных ресурсов компании по созданию логотипа, а также возможность при необходимости постоянно вносить в него дополнения: например, многие компании видоизменяют свой логотип (цветовое оформление, атрибутика), как правило, на время праздничных дней, важных событий и т.д. Итак, нейросетевые цифровые решения создания дизайна логотипа компании характеризуются как разнообразные и эффективные.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Математические методы и информационные технологии в экономике», Шматко М. В.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вяткина, Б. М. Разработка графического дизайна веб-сайта фирмы на основе бизнес-плана и фирменного стиля / Б. М. Вяткина // Известия ВУЗов. – 2016. – № 16. – С. 144–151.
2. Муравьева, Ю. Ю. Разработка фирменного стиля: творческий процесс и искусство современного дизайн-проектирования / Ю. Ю. Муравьева // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2016. – № 20. – С. 36–42.
3. Тамилина, Д. Жизнь логотипа в цифре: 5 принципов создания айдентики / Д. Тамилина // Skillbox : [сайт]. – URL: [https://skillbox.ru/media/design/zhizn\\_logotipa\\_v\\_tsifre\\_5\\_printsipov\\_sozdaniya\\_aydentiki/](https://skillbox.ru/media/design/zhizn_logotipa_v_tsifre_5_printsipov_sozdaniya_aydentiki/) (дата обращения: 11.11.2022).

УДК 004.9

## СОЗДАНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОСЕТИ CREATING OUTDOOR ADVERTISING USING A NEURAL NETWORK

**О. Я. Соколова**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**O. Y. Sokolova**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена определению особенностей использования технологий нейросетевых алгоритмов в маркетинге, в частности, в сфере разработки наружной рекламы. В ней рассматриваются теоретические особенности нейросетей и воз-

возможности использования их при создании наружной рекламы, дается оценка эффективности такого маркетингового подхода. Кроме того, в рамках статьи проводится исследование, направленное на выяснение особенностей восприятия населением наружной рекламы подобного типа и удовлетворенностью ею. По итогам исследования делается вывод о том, что использование нейросетей в наружной рекламе является перспективным направлением развития маркетинга.

**Ключевые слова:** нейросети, наружная реклама, цифровизация, маркетинг, нейросетевые алгоритмы, реклама

## I. ВВЕДЕНИЕ

Современный этап научно-технического прогресса характеризуется активным внедрением новых технологий и инноваций, которые стремительным образом преобразуют многие сферы жизни и деятельности человека. Одной из самых перспективных, оказывающих наибольшее влияние на общество технологий является нейросеть, которая открывает перед человеком огромные возможности по развитию многих сфер его деятельности и автоматизирует многие процессы, доводя их до высокоэффективных. Сфера маркетинга не является в этом смысле исключением, так как в этой сфере применение большинства современных технологий является перспективным и эффективным направлением ее развития.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной работы является определение особенностей создания наружной рекламы посредством использования технологий нейросети, а также ее оценка и эффективность с помощью специалистов в области графического. Для реализации этой цели необходимо выполнить такие задачи, как 1) определить теоретические особенности использования нейросетей для создания наружной рекламы; 2) рассмотреть практический опыт реализации этого шага.

## III. ТЕОРИЯ

Под нейросетью понимается технологическое подобие человеческих клеток, которые взаимодействуют друг с другом через синапсы. Иными словами, нейросеть – это совокупность вычислительных компонентов, способных обрабатывать информацию, создавать ее и самообучаться. Компонентом нейросети является нейрон, то есть вычисляемая единица, которая обладает способностью работать с информацией, производить расчеты различной сложности и т. д. [1, с. 52].

Нейросети обладают целым рядом позитивных характеристик в сфере маркетинга. Во-первых, нейросети позволяют вносить изменения в рекламу на постоянной основе автоматически, так как все изменения производятся ею самой. Во-вторых, нейросети обладают способностью к самообучаемости, что на практике означает постоянное и последовательное повышение качества рекламы. В-третьих, нейросети способны проводить глубокий анализ исходных данных в самые короткие сроки [1, с. 53].

Главным же достоинством использования нейросетей в наружной рекламе является получаемая ею возможность подстраиваться под конкретного потребителя путем акцентирования внимания на его потребностях, интересах и вкусах. На практике это осуществляется путем создания специальных билбордов, которые оснащены технологиями нейросетевых алгоритмов, способными распознавать настроение людей, вычислять ежеминутные запросы, их

навыки и умения. Иными словами, такие билборды автоматически распознают человека, подходящего к ним, и демонстрируют ему такую рекламу, видеть которую он был бы заинтересован [1, с. 53].

Зачастую источники наружной рекламы производят распознавание человека путем отнесения его к какой-либо целевой группе:

Это могут быть представители целевой аудитории, например:

- молодая мать, которой стоит предложить игрушки, питание и одежду для ребенка;
- студенты, которые заинтересованы в поисках дискотек или молодежных клубов;
- пожилой человек, которому подойдет возрастной крем по уходу за кожей лица или аптечные препараты.

Активнее всего внедрение подобного маркетингового решения происходит в развитых странах: США, Японии, Германии, Сингапуре. В этих странах прогресс в данной области дошел до того, что билборд способен анализировать не только внешность человека, но и его настроение и психоэмоциональное состояние – т.е. такой билборд способен различить человека, не обремененного проблемами, от человека, находящегося в подавленном состоянии [2, с. 208].

Кроме того, все большее распространение получают билборды, которые при виде человека с сигаретой и алкогольным напитком могут предложить ему лекарственные препараты для избавления от зависимости или адрес медицинского учреждения, где этот человек может пройти диагностику здоровья.

Россия является государством, где развитие подобных технологий является перспективным направлением. Ярким примером компании, применяющей нейросети в наружной рекламе, является сеть аптек «Ана» [3]. Билборды этой компании настроены на определение возрастной категории проходящего человека, его пола, состояние кожного и волосяного покрова. Получаемые данные обрабатываются нейросетью, и в результате подбирается решение в виде демонстрации аптечного продукта, который может решить ту или иную проблему. К примеру, если мимо билборда проходит человек с проблемой облысения, ему предлагаются средства для восстановления волосяного покрова, человеку с акне – противовоспалительные мази, пожилым людям – лекарства для сердца [3]. Еще один пример из последних достижений российского рынка наружной рекламы – системы нейросетевых алгоритмов, внедренные в магазинах сети «Дикси», которые способны демонстрировать один вид рекламы для женщин, а другой – для мужчин [4].

В итоге компания, использующая такие технологии, получает возможность автоматического создания таргетированной рекламы, которая в большинстве случаев более эффективна для привлечения клиентов, чем другие маркетинговые стратегии.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В рамках исследования был проведен опрос, с помощью которого планировалось определить степень осведомленности респондентов в сфере наружной рекламы с использованием нейросетей, удовлетворенности потребителей этим типом рекламы, поделиться опытом взаимодействия с такой рекламой, личным пониманием ее принципов. Также респондентам предлагалось сравнить две рекламы. Первая была разработана дизайнерами компании, вторая – с помощью нейросети. Для исследования была взята реклама российской компании, специализирующаяся на строительстве жилых многоэтажных домов. Рекламный билборд представлен на рис. 1.

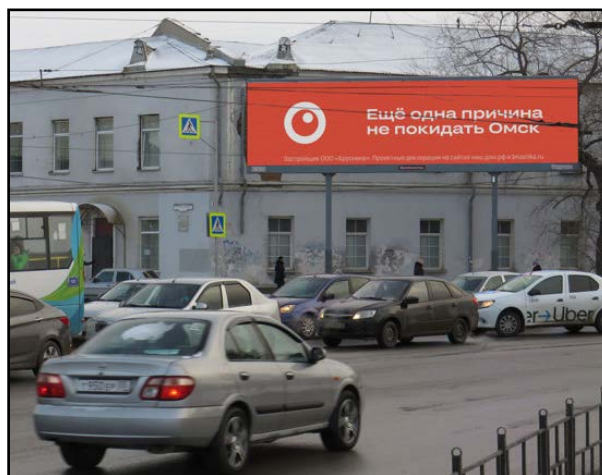


Рис. 1. Наружная реклама компании «Брусника»

Далее был использован функционал нейросетевого инструмента «Looka» для создания рекламного баннера. На первом этапе необходимо было указать название компании. Так как нейросеть иностранного разработчика не подразумевает применение русского языка, а русскоязычные нейросетевые инструменты для создания наружной рекламы пока не разработаны, то надпись выполнена на английском языке. После ввода названия компании совершается еще ряд операций, например, выбор цветовой схемы, ввод слогана и т.д. После этого нейросеть представляет различные варианты созданной рекламы. Первый вариант, созданный инструментом «Looka» представлен на рис. 1.



Рис. 2. Второй вариант рекламы компании «Брусника»

Второй вариант, созданный нейросетью, представлен на рис. 2: он отличается логотипом, шрифтом и цветовой схемой.



Рис. 3. Третий вариант рекламы компании «Брусника»



Третий вариант, который также отличается от двух предыдущих, представлен на рис. 3. Четыре критерия, которые были предложены респондентам для оценки: привлекательность, уникальность, цветовая схема, шрифты.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного опроса демонстрируют в первую очередь низкую осведомленность населения РФ относительно существования подобного типа маркетингового решения.

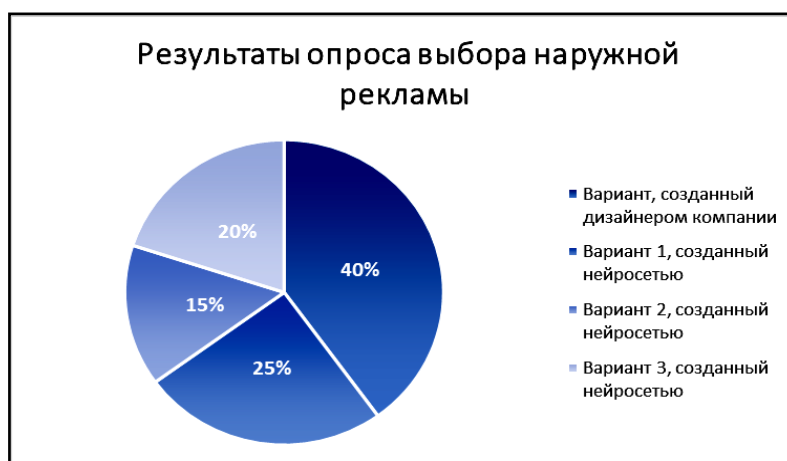


Рис. 5. Результаты опроса по выбору наружной рекламы

Большинство респондентов ответили, что не имели опыта взаимодействия с наружной рекламой, в которой используются технологии нейросети (действительно, в большей части российских городов такая реклама не используется). Другим выводом опроса является тот факт, что респонденты старше 40-45 лет в принципе не знакомы с таким определением, как нейросеть, и при встрече с рекламой такого рода не смогли бы определить, какая это технология. Кроме того, итоги исследования показали, что 40% выбрали вариант рекламы, созданный дизайнером. За первый вариант, созданный нейросетью, проголосовали 25% респондентов, за второй – 15% и третий набрал 20% голосов. Результаты опроса представлены на рис. 5.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сегодня использование нейросетей характеризуется как одно из наиболее перспективных направлений развития наружной рекламы, однако полностью заменить человека нейросети пока не могут. Они способны выполнять техническую работу и создавать визуально привлекательные изображения – порой очень неожиданные и «творческие». Но в основе дизайна всегда лежит идея, а создавать осмысленные проекты роботы пока не могут. Главным преимуществом использования нейросетей является то, что они помогают дизайнерам сэкономить рабочее время и избавиться от рутинных задач. В подтверждение данных тезисов следует обратить внимание на тот факт, что большинство крупнейших мировых компаний активно развивают опыт использования нейросетевых технологий в сфере маркетинга и наращивания доли такой рекламы в сфере маркетинга.

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент кафедры «Математические методы и информационные технологии в экономике», Шматко М. В.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балашов, М. К. Будущее маркетинга: нейронные сети как инструмент обслуживания клиентов / М. К. Балашов // Наука и образование сегодня. – 2017. – № 11. – С. 52–55.
2. Рябцев, Д. В. Анализ использования неопределенности нейросетями в целях маркетинга / Д. В. Рябцев // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 3. – С. 207–211.
3. Туманов, О. Нейросети и будущее рекламы / О. Туманов // VC.ru : [сайт]. – URL: <https://vc.ru/marketing/123962-neuroseti-i-budushchee-reklamy> (дата обращения: 11.11.2022).
4. Система искусственного интеллекта в наружной рекламе // GravitaciYa : [сайт]. – URL: <https://reklama-gravity.ru/sistema-iskusstvennogo-intellekta-v-naruzhnoj-reklame/> (дата обращения: 11.11.2022).

УДК 75.052

## ВЛИЯНИЕ МОНУМЕНТАЛЬНОГО ИСКУССТВА НА СТРИТ-АРТ

### INFLUENCE OF MONUMENTAL ART ON STREET ART

**А. Ю. Феокритова**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет элитного образования и магистратуры, г. Омск, Россия*

**A.Y. Feokritova**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of Elite Education and Masters, Omsk, Russia*

*Аннотация – статья посвящена изучению влияния монументального искусства на стрит-арта; рассматриваются связи между монументальным искусством XX века и современным стрит-артом в России. Актуальность данной темы обусловлена развитием движения стрит-арта в России, повышением интереса к созданию региональных и всероссийских фестивалей стрит-арта, их проведению и внедрению стрит-арта в городскую среду.*

**Ключевые слова** – стрит-арт, уличное искусство, монументальное искусство, город, городская среда

## I. ВВЕДЕНИЕ

Стрит-арт зарождался в середине XX века как нелегальная художественная практика; сегодня работы уличных художников продают на аукционах, а сам стрит-арт стал средством преобразования городской среды. Сейчас трудно представить себе городское пространство, лишённое уличного искусства. Актуальность данной темы для российского исследователя

обусловлена тем, что в России все большее внимание уделяется оформлению городской среды работами художников стрит-арта как в рамках фестивалей, так и в отдельных случаях. Чтобы выявить связь между монументальным искусством и стрит-артом в России, было предпринято представленное исследование.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью исследования является рассмотрение влияния монументального искусства на стрит-арт в теории и на практике. Для достижения цели поставлены следующие задачи: дать современное определение стрит-арта; рассмотреть связь между монументальным искусством и стрит-артом на практике, а именно найти параллели между данными видами искусства и определить их вклад в преобразование городской среды в России и в Омске.

## III. ТЕОРИЯ

Стрит-арт (street art) – это разновидность современного урбанистического искусства. Сложно сказать, когда именно зародился данный жанр, так как человек с самых древних времен окружал себя настенными рисунками. До сих пор не утихают споры на тему уличного искусства, которое многие считают актом вандализма [1]. Сейчас представление об этом виде искусства меняется, города наполняются различными арт-объектами, все чаще улицы становятся полноценными арт-пространствами, открывая художникам возможность высказаться и показать свои идеи, а горожанам – познакомиться с искусством этого рода и увидеть разнообразные работы и техники.

Большое влияние на российское уличное искусство оказало советское монументальное искусство. Еще в 1920-х годах был продекларирован Ленинский план монументальной пропаганды, по которому создавалось советское монументальное искусство. Наряду с этим художники-футуристы создавали свои собственные манифесты и декреты. Так, в 1918 году Владимиром Маяковским, Давидом Бурлюком, Василием Каменским и другими был сформулирован декрет №1 «О демократизации искусств»: «Пусть улицы будут праздником искусства для всех» – писали футуристы, призывая вынести искусство в городское пространство и дать возможность всем гражданам видеть его и наслаждаться им [2]. Русские футуристы задавали тон актуальному искусству новой социалистической России, основанной, прежде всего, на правовом равенстве и устранении элитарности.

Ярким примером монументального искусства 20-х годов XX века стала роспись на здании Моссельпрома в Москве, созданная в 1925 году художником А. М. Родченко и его супругой – художницей В. Ф. Степановой, совместно с В. Маяковским, создававшим яркие лозунги для компании (рис. 1). В этом же году на Международной выставке декоративного искусства и художественной промышленности в Париже Родченко получает диплом в номинации «искусство улицы» [3]. Реклама на торце здания стала визитной карточкой Моссельпрома, а лозунг «Нигде кроме как в Моссельпроме» был одним из самых узнаваемых рекламных слоганов того времени.

Монументальное искусство в СССР было нацелено на пропаганду ценностей, имевших особое значение для советского государства и его народа. Путь к достижению этой цели лежал через сплочение людей и освящение уже достигнутых высот. Рассмотреть основные сюжеты такого рода можно на мозаичных панно в г. Ангарске (1969, рис. 2).



*Рис. 1. Роспись здания Моссельпрома. 1925*

Эти мозаичные панно расположены на типовых пятиэтажных панельных домах, тем самым они максимально интегрированы в повседневную городскую среду. Находясь каждый день на виду у жителей города, панно утверждало идеологические ценности государства, его основные цели и стремления, говорило о победах в науке и промышленности, и вместе с тем украшало повседневную среду, создавая разнообразие среди типовой застройки. Благодаря этому искусство было вынесено за пределы музеев и принадлежало каждому гражданину советского государства, тем самым вновь подкрепляя его идеологию.



*Рис. 2. Мозаичные панно в Ангарске. 1969*

Особенным расцветом монументального искусства можно считать 1960-1970-е годы. Омск не стал исключением, и в нем также сохранились примеры монументальных панно. Одним из образцов этого периода является мозаика «Наука» М. И. Слободина, выполненная на фасаде учебно-лабораторного корпуса №6 ОмГТУ (рис. 3). Мозаика была выполнена в 1977 году к 35-летию юбилею университета. В данной работе прослеживаются актуаль-

ные идеи коллективизма и общего единства советского народа. Учитывая лаконичность архитектурного объема, мозаика на ризалите усиливает его выразительность и раскрывает предназначение здания. Автор отказался от изображения привычных всем атрибутов науки: микроскопа, атома и орбит вращения. Вместо этого он перенес акцент на фигуры людей и показал в центре многофигурной композиции изображение девушки с раскрытой книгой. Тем самым поддерживается не только классический образ науки, но и образ студенчества, молодости и коллективизма [4].



*Рис. 3. М. И. Слободин. Панно «Наука». Омск.1977*

Советское монументальное искусство оказало большое влияние на современный российский стрит-арт. При этом можно выделить несколько общих признаков, которые объединяют монументальное искусство и стрит-арт: как правило, плоскостное решение композиции, крупные цветовые пятна, выразительная стилизация. По сути, настенная монументальная живопись, барельефы и мозаики были своеобразным стрит-артом тех лет и задали базу для современных российских художников, которые перенимают советский опыт, вносят новшества, опираясь на достижения западной и российской школ.

Чтобы найти примеры влияния монументального искусства на стрит-арт, было решено провести анализ стрит-арта в Омске и выявить его связи с монументальным искусством. Обобщенные итоги анализа представлены в разделе «Результаты экспериментов».

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основе анализа омского стрит-арта, стоит выделить несколько примеров работ, наиболее ярко выражающих влияние монументального искусства на современное уличное искусство. Одной из таких работ является мурал «Спасибо» (рис. 4), созданный творческим объединением «Крепкий палец» в рамках стрит-арт фестиваля «Стеннография» на стене роддома №2 [5]. Данная работа имеет социальную тематику и посвящена рождению детей: ранее на стене было множество надписей-благодарностей от родителей, которые художники объединили в одно большое «Спасибо». В работе преобладают крупные плоскости и цветовые пятна, характерные как для современного стрит-арта, так и для монументального искусства XX века.



Рис. 4. Творческое объединение «Крепкий палец». Мурал «Спасибо». Омск

Еще одна выразительная работа, посвященная Ф. М. Достоевскому, создана омскими художниками Андреем Северским и Дмитрием Трайпом (рис. 5). Граффити расположено на здании арт-галереи «Квадрат» напротив Литературного музея имени Ф. М. Достоевского. Художники опирались в своей работе на старинные литографии, чтобы сохранить историческую точность в изображении зданий [6]. Композиция создана с использованием плоских форм, контраста и крупных цветовых пятен, что улучшает восприятие работы. При этом художники умело объединили портрет и пейзаж в оригинальную композицию, воплотившую облик старого Омска. Благодаря этому стрит-арт работа не только украшает данное пространство, но и привлекает внимание зрителя к истории города и конкретного человека – Федора Михайловича Достоевского.



Рис. 5. А. Северский, Д. Трайп. Портрет Ф. М. Достоевского. Омск. 2021

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования говорят о том, что между монументальным искусством XX в. и современным стрит-артом есть определенные схожие признаки: плоскостное решение композиции, крупные пятна, стилизация изображения. В различных работах могут быть использованы как все, так и лишь некоторые признаки. Также при создании стрит-арта художники нередко учитывают и контекст местности, где он будет создан, и примерный состав зрителей. Именно так поступали советские художники-монументалисты при создании своих знаменитых работ.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данного исследования было сформированы признаки, подтверждающие влияние монументального искусства на современный стрит-арт. По мнению автора публикации, монументальное искусство выступает базой для современных художников, опираясь на него и обновляя старые традиции, они создают собственные работы. Несмотря на определенную схожесть, между монументальным искусством XX века и стрит-артом есть и различия, которые особенно точно прослеживаются в тематике: советские работы целиком были наполнены пропагандой коммунистического строя и советской идеологии, в то время как современные стрит-арты выполняются на самые разнообразные темы, свободно выбранные самими художниками. При этом, в отличие от западных авторов, российские мастера редко поднимают социальные и политические вопросы, отдавая предпочтение нейтральной тематике. И монументальное искусство, и стрит-арт привлекают внимание горожан к той или иной теме, раскрытой в работе, знакомят их с различными событиями и личностями и по сути выполняют одновременно несколько функций: декоративную, образовательную, агитационную и социальную.

Научный руководитель: профессор, заведующая кафедры «Дизайн», Гуменюк А. Н.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мажар, А. Краткая история граффити: от вандализма к искусству / А. Мажар // DTF Magazine : сайт. – URL: <https://donttakefake.com/kratkaya-istoriya-graffiti-ot-vandalizma-k-iskusstvu/> (дата обращения 11. 11. 22)
2. Маяковский, В. О демократизации искусств : Декрет № 1 / В. Маяковский, Д. Бурлюк, В. Каменский // Газета футуристов. – 1918.
3. Величко С. Памятник Моссельпрому / С. Величко // Наука и жизнь : сайт. – URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/4593/> (дата обращения 11.11.22)
4. Гуменюк, А. Н. Заметки на тему «Монументальное искусство в Омске. 1960-1970-е годы» / А. Н. Гуменюк // Десятые сибирские искусствоведческие чтения «Искусство социального заказа: советская эпоха, советское время» : материалы республикан. Науч.-практ. конф. – Новокузнецк, 2018. – С 102–107.
5. По следам омской «Стенографии» // Ом1 : сайт. – URL: <https://www.om1.ru/afisha/news/148340/> (дата обращения 13.11.22)
6. Фомина, М. В центре Омска нарисовали граффити с портретом и цитатой Достоевского / М. Фомина // NGS55 : сайт. – URL: <https://ngs55.ru/text/culture/2021/08/01/70055375/> (дата обращения 13.11.2022)

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ЗАГРЯЗНЕНИЯ  
ПЛАСТИКОВОЙ ПРОДУКЦИЕЙ ТЕРРИТОРИИ ОЗЕРА БАЙКАЛ  
СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

**DRAWING ATTENTION TO THE PROBLEM  
OF POLLUTION OF LAKE BAIKAL  
TERRITORY BY PLASTIC PRODUCTS VIA GRAPHIC DESIGN**

**М. Г. Шелеметьева**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

**M. G. Shelemetieva**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk*

**Аннотация** – в статье описывается процесс предпроектного исследования по привлечению внимания средствами графического дизайна к экологической проблеме, связанной с масштабным распространением пластика на территории озера Байкал.

**Ключевые слова** – экологические проблемы, рециклинг, Байкал, пластик, экоупаковка, экоповестка

## I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время загрязнение окружающей среды техногенными и бытовыми отходами является одной из важнейших экологических проблем, стоящих перед странами с развитой промышленностью. Очень часто не переработанные продукты такого рода являются химически активными, токсичными, имеют в составе мутагенные и канцерогенные компоненты. Обычное размещение их на полигонах и свалках крайне опасно, а захоронение в морских глубинах и земле не является надежным методом нейтрализации вредного воздействия на окружающую среду [1].

В ходе изучения документов разных экологических служб выявлено, что ежегодное производство только упаковки составляет несколько миллионов тонн. В ходе утилизации 50% из них отправляется на переработку, а 30% сжигается [2]. При этом одной из больших проблем является рециклинг полимерных отходов. Как правило, отходы представляют собой композиционные материалы, а для производства качественного продукта из вторичного полимера необходимы чистые материалы (например, определенные виды профиля, бутылки, некоторые виды пленки). Цель исследования – актуализировать проблему токсичной упаковки, средствами графического дизайна.



## II ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Для реализации мероприятий по актуализации проблемы, связанной с загрязнением пластиковой продукцией территории озера Байкал, средствами графического дизайна были поставлены следующие задачи:

1. Изучение проблемы загрязнения пластиком на территории Байкала;
2. Изучение мероприятий проводимых для борьбы с данной проблемой;
3. Проведение опроса на тему значимости состава упаковки и бытовых продуктов первой необходимости для дальнейшего влияния на экологию;
4. Подведение итогов и выявление наиболее необходимых методов для решения проблемы средствами графического дизайна.

## III ТЕОРИЯ

На сегодняшний день одна из лидирующих экологических проблем на территории озера Байкал – большое распространение пластика, а в дальнейшем микропластика, маленьких частиц, образующихся из-за воздействия разных факторов на пластик, попавший в природу (рис. 1). Со временем происходит потеря некоторых свойств, и структура пластика не может оставаться частью единой структуры [3].



Рис. 1. Схема проблем, вызванных распространением микропластика

В природе микропластик негативно влияет на экологическую цепочку. Многие организмы, обитающие в озере, фильтруют воду в процессе пищеварения, тем самым накапливая микропластик, который не переваривается и оседает внутри живых организмов, как и выделяемые им вещества. Как следствие, возникают необратимые последствия, например, у рыб начинают забиваться жабры или возникают препятствия в других процессах, что вызывает болезни и концентрацию токсинов. Следующее звено экологической цепочки – человек, употребивший зараженную или просто с осадком микропластика рыбу, и получающий в дальнейшем серьезный ущерб для здоровья.

Проблема загрязнения пластиком охватила масштабные территории озера Байкал и находится на уровне глобализации. На сегодняшний день организаторами крупных компаний региона были созданы значимые экопроекты, такие как «Чистые берега», «360 минут

ради Байкала», «Байкал без пластика», а так же разработаны акции «Экодесант», «Экопросвещение», «Праздник чистоты». Компаниями развернувшими эту необходимую деятельность, являются, сеть супермаркетов «СЛАТА», Байкальский банк Сбербанка России, компания Ep+Group, пивоварня Heinesen, ассоциация «Альпы Сибирь», компания «BaikalVoyge», общественная организация «Мой Байкал». Кроме того, существует немало небольших сообществ, организующих экоакции на территории озера Байкал. Проблема глобальна, и людям не безразлично угрожающее природе настоящее и неопределенное будущее.

Как было сказано выше, в современном мире 50% полимерных отходов, проходит утилизацию с применением различных технологий. Упаковки, не подлежащие переработке, накапливаются на полигонах и свалках, увеличивая долю опасной для экологии продукции. Официальные данные по утилизации полимерных отходов в России отсутствуют. Процесс сортировки мусора, утилизация батареек, лампочек, градусников также находится в стадии становления.

У потребителей стремительно развивается спрос на натуральные продукты и динамичный интерес к правильному питанию. Эти тенденции неразрывно связаны с использованием безопасной экологической упаковки, которая должна безусловно соответствовать экологическим нормам: изготовление из натурального сырья, несложное производство, легкую переработку, небольшой размер. Лидирующим материалом по производству одноразовой продукции являются гофрокартон, алюминиевые тары, биоразлагаемые полимеры, постепенно внедряемые в производство [4].

Часто в печатных изданиях демонстрируется актуализация экопроблем средствами графического дизайна и инфографики – одного из способов передачи информации при помощи графических изображений. Инфографика включает разные приемы, различающиеся конкретикой использования формы донесения информации – картинок, графических элементов, текстов, схем или списков. Благодаря скорости визуального восприятия этот способ является наиболее эффективным. Подходящими видами инфографики для привлечения внимания к экологической проблеме могут быть информационная и сравнительная инфографика. Информационная инфографика – это доступная передача информации, включающая большой объем данных. В изображении могут присутствовать как графические изображения, так и текст, но смысл заключается в том, что даже если убрать весь текст, передача основной мысли останется доступной. Сравнительная инфографика – это сравнение двух и более вариантов по одинаковым критериям. При помощи указанных методов можно просто и доступно донести до аудитории суть экопроблемы и привести сравнительный анализ.

Графический дизайн стремительно развивается, и по этой причине крупные компании прибегают каждый раз к новым, порой неординарным методам визуальной коммуникации. Это позволяет пробудить интерес к проблеме экологии даже у самой равнодушной аудитории. Примерами визуальной коммуникации могут служить информационные плакаты, которые доносят сообщения в эмоциональной художественно-образной форме, усиливающей воздействие на аудиторию. Упаковка также является одним из способов визуальной коммуникации; являясь продуктом графического дизайна, она отображает особенности продукта и ценности компании, часто связанные экологическими вопросами. Возможны различные способы экоевещения:

- отсутствие визуального шума, агрессивного графического приема в дизайне;
- информируемая символика использования эко-материалов, вторичной переработки.

### III РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В ходе исследования был проведен опрос в социальной сети VK(<https://vk.com/id278751481>) на тему «Предпочтения при использовании одноразовых продуктов (посуда, пакеты, упаковка)». Респондентам, участвующим в опросе, предлагалось выбрать вариант, наиболее значимый для них (рис. 2).

В опросе приняли участие 54 респондента, являющихся жителями Иркутска и области, в возрастной категории 25 – 65 лет.

Итоги опроса:

- отдаю предпочтения экоматериалам, это безопасно для природы и людей;
- пользуюсь только пластиком, т. к. возможны повторные использования и это надежнее;
- никогда не думал об этом.

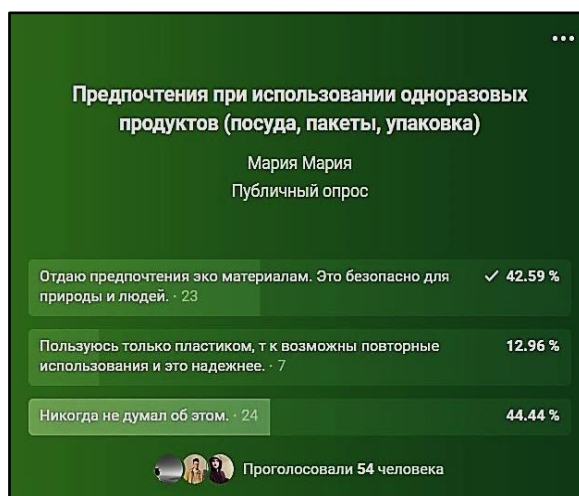


Рис. 2. Результаты опроса, выявляющего предпочтения в выборе одноразовых продуктов

Таким образом, результат опроса показал, что большая часть респондентов не задумывались о значимости состава материала одноразовых продуктов.

### IV ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что проблема загрязнения природы мусором, содержащем отходы пластика, очень актуальна. Одну из важнейших ниш в этой области занимает вопрос материалов, используемых для упаковки одноразовых продуктов. Данную проблему возможно актуализировать средствами графического дизайна, применяя разные способы. Итоги опроса позволяют сделать вывод, что глобализация вопроса пробуждает у людей понимание масштабов проблемы, хотя многие по-прежнему еще отдают предпочтение пластиковым продуктам одноразового использования.

### V ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При решении подобных задач дизайнеров вдохновляют поиски оригинальных решений. Процесс разработки одноразового продукта, отвечающий многим параметрам, соединяющий несколько направлений для решения проблемы, требует оптимального решения, в данной ситуации это соответствие экологическим требованиям, эстетическим потребностям, экономическим интересам. При разработке дизайна необходимо отдавать предпочтение экоматериалам

и возможности повторной переработки. Одной из основных задач дизайна служит коммуникация между продуктом и потребителем, а именно возможность визуально донести потребителю информацию о значимости экопродуктов.

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Дизайн», Кучерова А. В.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брюхань, Ф. Ф. Промышленная экология : учебник / Ф. Ф. Брюхань, М. В. Графкина, Е. Е. Сдобнякова. – Москва : Форум, 2016. – 400 с. – ISBN 978-5-00091-762-6.
2. Голицын, А. Н. Промышленная экология и мониторинг загрязнения природной среды : учебник / А. Н. Голицын. – Москва : Оникс, 2010. – 336 с. – ISBN 978-5-00994-3.
3. Гусев, О.К. Экологические проблемы озера Байкал [3]
4. Брюхань, Ф. Ф. Промышленная экология : учебник / Ф. Ф. Брюхань, М. В. Графкина, Е. Е. Сдобнякова. – Москва : Форум, 2012. – 208. – ISBN 978-5-00398-762-5.
5. Ефремов, Н. Ф. Тара и ее производство : учеб. пособие. – Москва : МГУП, 2001. – 312 с. – ISBN 5-8122-0274-5.
6. Варепо, Л. Г. Производство упаковки из бумаги, картона и гофрокартона : учеб. пособие. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2002. – 198 с.
7. Упаковочные материалы: учебное пособие/ М.: МГУП, 201с.
8. Производство и утилизация металлической тары: Учеб.пособие. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2019.191 с.

УДК 7.05

### **ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА И ТРЭШ-АРТА К ПРОБЛЕМЕ ИЗБЫТКА МУСОРА**

#### **GETTING ATTENTION WITH GRAPHIC DESIGN AND THRESH ART TO THE PROBLEM OF EXCESS GARBAGE**

**М. Г. Шелеметьева**

*Омский государственный технический университет,  
Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск*

**M. G. Shelemetieva**

*Omsk State Technical University,  
Institute of Design, Economics and Service, Omsk*

**Аннотация** – в статье рассмотрена одна из важных экопроблем, избыток мусора. Описывается процесс привлечения внимания к проблеме с мусором, средствами графического дизайна и трэш - арта.

**Ключевые слова** – трэш-арт, графический дизайн, визуальная коммуникация, эко-проблема, сортировка мусора, бытовые отходы

## I ВВЕДЕНИЕ

На протяжении долгого времени, остро стоит вопрос распространения мусора. Придуманы определенные способы для борьбы с данной проблемой. Созданы службы, организации, законы и сообщества. Есть определенные структуры по сбору, сортировке, утилизации и переработки мусора. Актуальность темы остается по прежнему важной. С течением времени в нашу жизнь приходят новые методы, так же они охватили область мусорной индустрии. Новые технологии – это переработка и сортировка мусора. Крупные компании при создании материалов, все чаще делают упор на эко и биоразлагаемую продукцию, а также пригодную для вторичной переработки с минимальным вредом для экологии. Объектом исследования является актуальность данной темы с привлечением внимания средствами графического дизайна и трэш-арта. Предметом служит, анализ восприятия обществом, новых визуальных методов привлечения внимания к проблеме.

## II ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

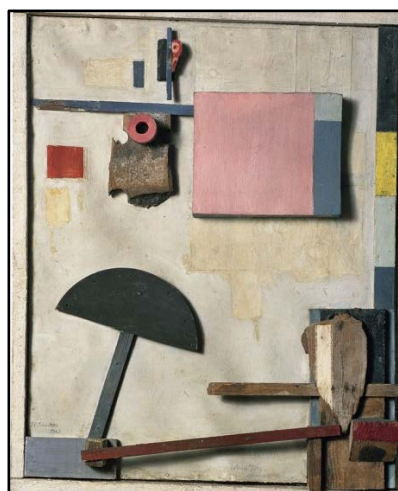
Целью данного исследования является, изучение новых инструментов для привлечения внимания аудитории. Для достижения цели поставлены следующие задачи: изучение каждого инструмента привлечения внимания к проблеме по отдельности; возможное объединение двух методов; опрос респондентов для выявления наилучшего визуального способа привлечения внимания к актуальной проблеме.

## III ТЕОРИЯ

Трэш-арт (перевод с англ. «trash» мусор) – новое течение в современном искусстве, представители которого для создания объекта применяют бытовой мусор. Основателем течения считается Курт Швиттерс, немец из Ганновера. В 1918 году он начал эксперименты в области абстрактного искусства, используя для создания произведений любой мусор: обрывки билетов, обертки от папирос и другие клочки бумаги, обломки деревянных и металлических деталей (рис. 1).



*a*



*б*

*Рис. 1.* К. Швиттерс. Арт-объекты трэш-арт:

*a* – коллаж из обрывков бумаги и этикеток;

*б* – коллаж из обломков деревянных и металлических деталей

В современном мире трэш-арт набирает популярность, многие художники активно работают в этой области, проводятся выставки арт-объектов из мусора (рис. 3). Но не всегда работы имеют одобрение со стороны аудитории: глядя на гору мусора, зрителю сложно понять основной замысел автора.



Рис. 2. Пример современного объекта трэш-арт

Однако такие произведения заключают в себе не только визуализацию отвлеченной идеи, но и конкретный призыв к упорядочиванию бытовых отходов (не всегда при очищении территории от мусора происходит переработка отходов – как правило, весь мусор отвозят на полигоны и горы его растут со стремительной скоростью, принося вред экологии).

Графический дизайн – это способ передачи информации и идей с помощью графики, шрифтов, изображений или видео. В наше время большой популярностью для донесения информации пользуется инфографика, один из методов графического дизайна (рис. 4). В инфографике используются схематические изображения с небольшим текстовым дополнением – простота художественного языка делает идею доступной и легкой для понимания как с текстом, так и без него.



Рис. 3. Пример использования инфографики в плакате «Сортировка мусора»

Оба способа передачи информации, безусловно, хороши. Используя данные методы, можно привлечь внимание к актуальной проблеме, передать аудитории смысл интересующего вопроса. А это, безусловно, станет началом решения большой задачи.

Задача нашего исследования заключается в объединении двух методов. Посмотреть на способы под другим углом и добиться максимального результата. Исследуя визуализацию, включающую в себя оба направления, можно сделать вывод, что это новое и необычное направление для визуального восприятия аудитории (рис. 4). Объединение методов позволит решить несколько проблем: применение бытовых отходов, минимально снизит нагрузку на экологию; необычный формат, ранее не используемый для масс, привлечет больше внимания аудитории; на выходе больше неравнодушных людей, готовых менять свои привычки во благо сохранения природы и нашего будущего.

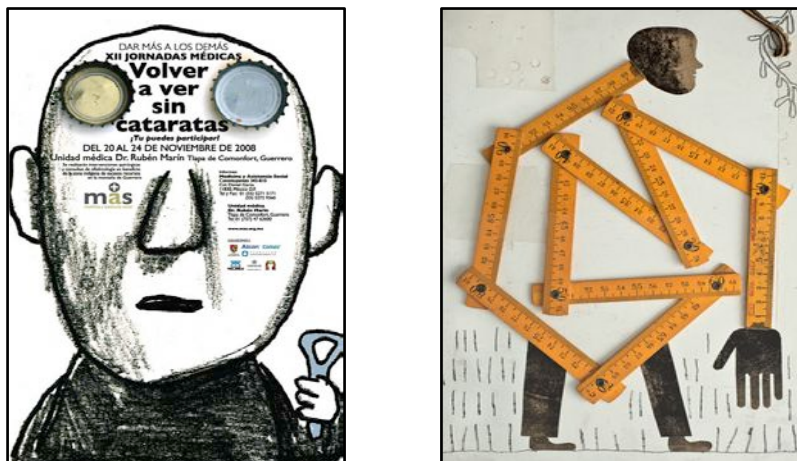


Рис. 4. Примеры плакатов с использованием приемов инфографики и трэш-арта

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В ходе исследования был проведен опрос аудитории в социальной сети (VK, <https://vk.com/id278751481>) на тему: «Наилучший визуальный метод привлечения внимания к проблеме избыточного мусора». Респондентам, участвующим в опросе, предлагалось выбрать наиболее значимый для них вариант (рис. 5).



Рис. 5. Количественный анализ опроса респондентов

Предложенные варианты:

1. Трэш-арт. Инсталляция из мусора;
2. Инфографика. Графические плакаты;
3. Одновременное использование двух методов.

В опросе принял участие 21 респондент в возрастной категории 25-65 лет. Первый вариант не выбрал ни один участник опроса. Второй вариант сочли удачным 19% опрошенных. За третий вариант проголосовало 80, 95% респондентов.

#### IV ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Современный мир переполнен технологиями, процессами и информацией. Человек стал меньше концентрировать свое внимание на чем-либо конкретном и редко хочет вникать в суть проблемы, даже самой актуальной – образовалась проблема заинтересованности аудитории. Следовательно, визуальная информация должна быть настолько непривычна, чтобы человек не только мог остановить на ней свое внимание, но и осознать смысл.

Проведенный опрос подтверждает предположение. Вариант объединения двух методов выбрали 80,95 % респондентов. Ни одного голоса не отдано за вариант, привлечения внимания через трэш-арт, предположительно можно решить, что люди воспринимают данный способ, как самовыражение художника, без глубокого смысла. Напрашивается вывод, что массовая аудитория привыкла к обычному формату донесения информации и склонна реагировать на необычное, но простое в понимании художественное решение.

#### V ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вопрос экологии очень важен для каждого живущего в современном мире, он касается как настоящего, так и будущего многих поколений. При прогрессивном развитии цивилизации проблема избытка мусора останется актуальной на десятилетия. Для достижения положительных результатов необходимо и решения проблемы необходимо внедрять, помимо новых технологий, активную визуальную коммуникацию, видоизменять и объединять уже найденные приемы.

Научный руководитель: профессор, заведующая кафедры «Дизайн», Гуменюк А. Н.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голицын, А. Н. Промышленная экология и мониторинг загрязнения природной среды : учебник / А. Н. Голицын. – Москва : Оникс, 2007. – 336 с. – ISBN 978-5-488-02340-6.
2. Ануин, М. Мир вокруг тебя. Энциклопедия экологии для детей / М. Ануин, Дж. Паркерн, Н. Хоукс. – Москва : Махаон, 2011. – 128 с. – ISBN 978-5-18-000245-1.
3. Беляева, Л. М. Технологии декоративно-прикладного творчества : в 2 ч. / Л. М. Беляева. – Москва : Традиция, 2012. – Ч. 1. – 74 с. – ISBN 978-5-903578-91-7.
4. Гончаренко, Н. Мусор и его изображение в творчестве художников поп-арта и «нового реализма» / Н. Гончаренко // Искусство и образование. – 2015. – № 5. – С. 7–17.
5. Лазарева, Т. Не сори, а твори! / Т. Лазарева // Экология и жизнь. – 2008. – № 8. – С. 92–93.



6. Трэш-арт – мусорное искусство / подгот. О. Деяшкина // Твердые бытовые отходы. – 2012. – № 2. – С. 60–63.

7. Карповская, Е. Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Е. Карповская. – Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2013. – 56 с. – ISBN 978-3-659-35797-8.

УДК 339.138

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА И ПРОИЗВОДСТВО ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНДУСТРИЙ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **MODERN MEDIA AND DIGITAL CONTENT PRODUCTION: A COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE CREATIVE ECONOMY INDUSTRIES**

**М. В. Шматко, Д. Д. Мухина, А. А. Соседко**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет информационных технологий и компьютерных систем, г. Омск, Россия*

**M. V. Shmatko, D. D. Mukhina, A. A. Sosedko**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of Information Technology and Computer Systems, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена исследованию креативных индустрий, деятельность которых связана с современными медиа и созданием цифрового контента. В ней приводится авторская технология изучения потенциального спроса на продукты креативного труда. Также в статье описываются результаты сравнительной оценки востребованности индустрии маркетинга, рекламы и PR, киноиндустрии, видеоиндустрии, аудиоиндустрии, анимационного производства, производства компьютерных игр, VR и AR-продуктов, обслуживания индустрии цифрового и медиаконтента, фотоиндустрии и веб-дизайна в РФ.

**Ключевые слова** – креативные индустрии, медиаконтент, цифровой контент, потенциальный спрос, креативная экономика, компьютерные игры, VR-продукты

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

В 2021 году распоряжением № 2613-р Правительства РФ от 20 сентября 2021 года была утверждена Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Согласно этому распоряжению к категории креативных индустрий, связанных с современными медиа и производством цифрового контента, отнесены кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр. [1]

Развитие этих индустрий крайне актуально для нашего государства, которое напрямую связывает их переход на качественно новый уровень с реализацией Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации. Поэтому оценка потенциального спроса на результаты, которые могут быть достигнуты в различных креативных индустриях и приведут к росту креативной экономики, является важнейшей задачей на федеральном и региональном уровнях.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является проведение сравнительного анализа потенциального спроса на результаты креативного труда в индустриях, которые в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года отнесены к блоку «Современные медиа и производство цифрового контента». Достижение данной цели позволит оценить, какие из индустрий данного блока в большей степени могут повлиять на рост креативной экономики в нашей стране.

## III. ТЕОРИЯ

Рассмотрим определения креативных индустрий, связанных с современными медиа и производством цифрового контента.

Словарь маркетолога определяет понятие «цифровой контент» как «совокупность развлекательных и информационных материалов, которые распространяются в электронном виде по специальным каналам для эксплуатации на цифровых устройствах: компьютерах, планшетах, смартфонах» [2]. К нему относится контент, который не может создаваться и потребляться с помощью традиционных средств массовой информации: компьютерные игры, виртуальная и дополнительная реальность (VR и AR), блоггерство, фотоиндустрия, WEB-дизайн и пр.

В свою очередь, под медиаконтентом понимается совокупность информации, представленной в различных форматах и передающейся как по традиционным, так и по цифровым каналам, но, в отличие от цифрового контента, не требующей от пользователя применения специализированного программного и аппаратного обеспечения [3]. К медиаконтенту относятся видео-, аудио- и киноиндустрия, анимация, маркетинг, реклама и PR.

Именно эти современные креативные индустрии стали объектом данного исследования, а предметом является распределение потенциального спроса на результаты производства между ними.

## IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Оценка потенциального спроса на результаты деятельности креативных индустрий, связанных с современными медиа и производством цифрового контента, была осуществлена в несколько этапов:

**Этап 1** – мониторинг двух социальных сетей «ВКонтакте» и «YouTube», а также мессенджера «Telegram».

**Этап 2** – отбор активных групп и сообществ в указанных источниках, тематика которых определяется семантическим ядром из 46 слов и словосочетаний: «креативная реклама»/«продвижение», «маркетинг», «компьютерные игры», «виртуальная реальность», «цифровая геймификация», «фотография», «видеоиндустрия», «производство видео», «кинематограф», «медиаискусство», «цифровой контент», «цифровой дизайн», «музыкальное искусство» и др.

**Этап 3** – выбор в группах и сообществах публикаций за 2022 год, посвященных результатам деятельности следующих креативных индустрий: индустрия маркетинга, рекламы и PR; киноиндустрия, видеоиндустрия, аудиоиндустрия, анимационное производство; компьютерные игры, VR и AR-продукты; обслуживание производства медиаконтента; обслуживание индустрии цифрового контента; фотоиндустрия; веб-дизайн.

**Этап 4** – анализ обратной связи на отобранные публикации от аудитории исследуемых групп и сообществ.

**Этап 5** – количественная оценка востребованности каждой из рассматриваемых креативных индустрий у русскоязычной аудитории.

**Этап 6** – разработка инфографики для представления результатов исследования по распределению потенциального спроса между различными креативными индустриями, относящимися к современным медиа и производству цифрового контента.

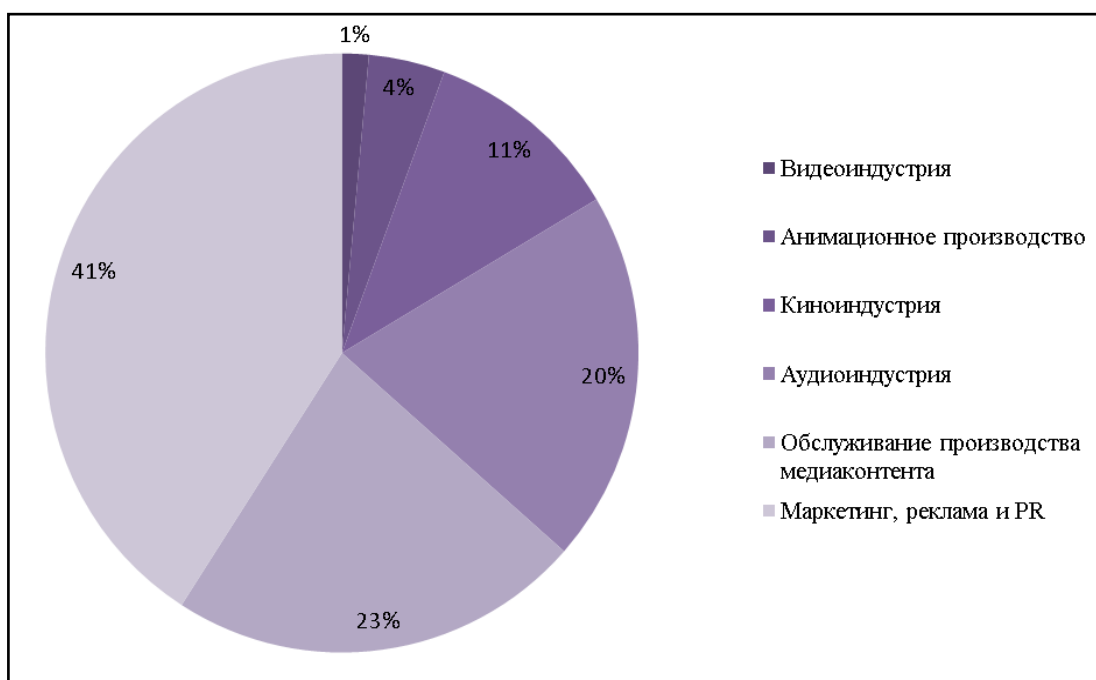


Рис. 1. Распределение потенциального спроса на медиаиндустрии

На рис. 1 отражены результаты анализа обратной связи от аудитории социальных сетей «ВКонтакте» и «YouTube», а также мессенджера «Telegram», которые демонстрируют распределение потенциального спроса между различными медиаиндустриями: индустрией маркетинга, рекламы и PR; киноиндустрией, видеоиндустрией, аудиоиндустрией, анимационным производством и обслуживанием производства медиаконтента.

Представим теперь аналогичные результаты по индустриям, связанным с созданием цифрового контента (рис. 2).

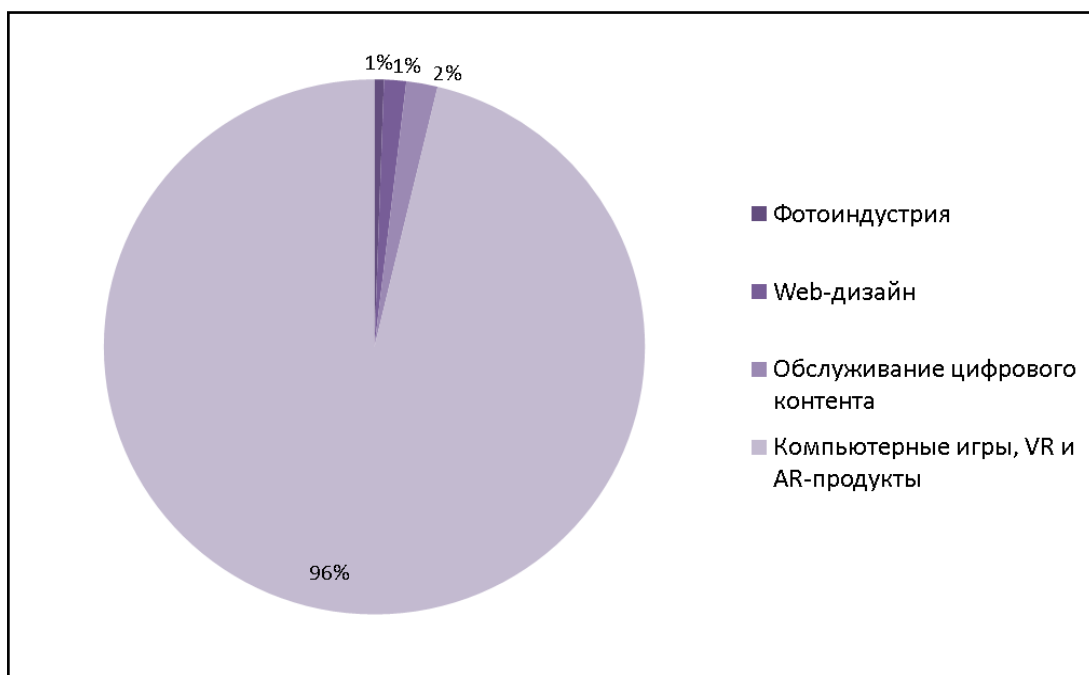


Рис. 2. Распределение потенциального спроса на индустрии по созданию цифрового контента

Для сравнительной оценки востребованности различных медиаиндустрий и индустрий по созданию цифрового контента необходимо сформировать общую ифографику данных (рис. 3).

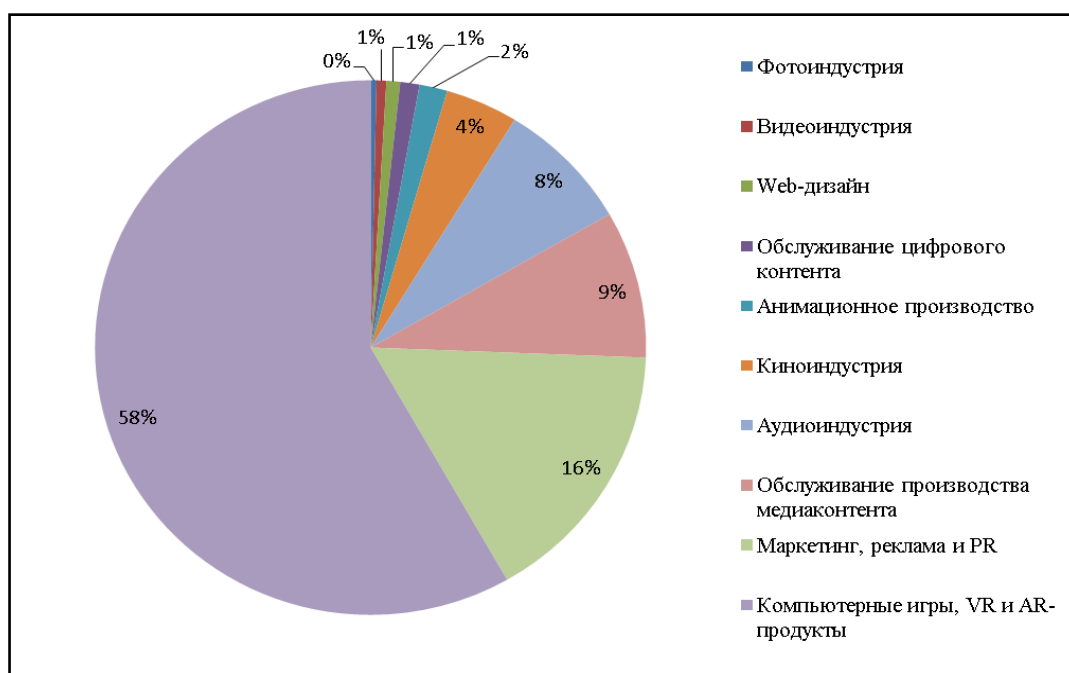


Рис. 3. Распределение потенциального спроса на индустрии по производству медиаконтента и цифрового контента

Диаграмма на рисунке 3 отражает распределение потенциального спроса в 2022 году между всеми креативными индустриями, отнесенными в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года к блоку «Современные медиа и производство цифрового контента».

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Как видно на рис. 1, в конце 2022 и 2023 г. максимальный спрос в медиаиндустриях будет формироваться на услуги по продвижению: будут востребованы результаты креативной деятельности в области маркетинга, рекламы и PR. Минимальная востребованность на текущий момент отмечается на услуги по видеопроизводству и смежным отраслям, таким как съемка, монтаж, ведение видеорепортажей для нужд традиционных СМИ.

Данные, представленные на рис. 2, говорят о том, что в индустриях по созданию цифрового контента, рост спроса на результаты креативной деятельности будет происходить именно в сегменте компьютерных игр, VR и AR-продуктов. На данный момент минимальная востребованность отмечается на продукты фотоиндустрии и веб-дизайна.

Если рассматривать сводные данные по результатам распределения потенциального спроса между медиаиндустриями и индустриями, связанными с созданием цифрового контента, то наибольшим потенциалом к росту безусловно обладает сегмент компьютерных игр, VR и AR-продуктов, услуги по продвижению, производство видео, аудио и кино.

Также отметим, что сфера обслуживания медиаиндустрий вызывает больший интерес у аудитории, чем сфера обслуживания индустрий по созданию цифрового контента. Этот факт может свидетельствовать о том, что процесс производства цифрового контента более сложный, требует узкоспециализированных цифровых компетенций, а потому не столь интересен для массового потребления, в том числе со стороны потенциальных работников для этой индустрии.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования определены наиболее востребованные медиаиндустрии и индустрии по созданию цифрового контента, оценены возможности их потенциального роста.

Данные, полученные в ходе него, представляют определенный интерес для инвесторов и бизнесменов, осуществляющих поиск перспективных отраслей для инвестиций и открытия новых креативных производств.

Кроме того, исследование может стать основой для формирования целевых механизмов государственного стимулирования индустрий по созданию цифрового контента, необходимых для обеспечения устойчивого роста креативной экономики в Российской Федерации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года : Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_396332/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/) (дата обращения: 15.10.2022)

2. Марфицына, А. Р. Цифровой контент современных СМИ как среда для формирования цифрового этикета в условиях трансмедиа / А. Р. Марфицына // Гуманитарный вектор

№1 : [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-kontent-sovremennyh-smi-kak-sreda-dlya-formirovaniya-tsifrovogo-etiketa-v-usloviyah-transmedia> (дата обращения: 20.10.2022)

3. Соловьева, Д. В. Стратегический подход к разработке медиаконтента бренда / Д. В. Соловьева, А. Н. Булыгина, П. А. Семенова, А. С. Шевцова // Практический маркетинг. – 2020. – № 6 (280). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskiy-podhod-k-razrabotke-mediakontenta-brenda> (дата обращения: 26.10.2022)

УДК 339.138

## **ДИЗАЙН КАК КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ: АНАЛИЗ ТРЕНДОВ 2022 ГОДА**

### **DESIGN AS A CREATIVE INDUSTRY: ANALYSIS OF TRENDS IN 2022**

**М. В. Шматко, А. А. Соседко, Д. Д. Мухина**

*Омский государственный технический университет,  
Факультет элитного образования и магистратуры, г. Омск, Россия*

**M. V. Shmatko, A. A. Sosedko, D. D. Mukhina**

*Omsk State Technical University,  
Faculty of Elite Education and Master's Degree, Omsk, Russia*

**Аннотация** – статья посвящена изучению дизайна как креативной индустрии; в ней рассматриваются основные направления дизайна, которые представляют потенциальный интерес для потребителей. Авторами описываются результаты проведенного эмпирического исследования, целью которого было выявление трендов 2022 г. в индустрии дизайна. Его результаты представлены в виде рейтинга различных направлений дизайна, который сформирован на основе анализа предпочтений аудитории социальной сети «ВКонтакте», видеохостинга «YouTube» и мессенджера «Telegram».

**Ключевые слова** – дизайн, креативные индустрии, рейтинг, потенциальный потребитель, креативные специальности, тренды

#### **I. ВВЕДЕНИЕ**

Долгое время восприятие дизайна как индустрии было простым и понятным – в ней проектируют и делают вещи красивыми. Сегодня становится очевидным, что это обывательское представление не соответствует реальным возможностям данной сферы.

Дизайн как индустрия занимает важное место в современной креативной экономике. Дизайнеры, снабженные цифровыми инструментами и обладающие специализированными компетенциями – от концептуализации пользовательского опыта продукта до анимации веб-сайтов – полностью соответствуют развивающемуся технологическому ландшафту. Неудивительно, что многие компании сейчас ищут такие таланты для поддержки различных бизнес-функций.

Однако сама индустрия дизайна неоднородна, в ней постоянно возникают новые креативные направления, актуализируются уже существующие виды деятельности. Все они тре-

буют анализа и осмысления как со стороны самих дизайнеров, так и со стороны компаний, чья деятельность напрямую связана с оказанием дизайн-услуг. Поэтому становится весьма актуальным выявление востребованных в России направлений дизайна и составление их рейтинга, основанного на потребительских предпочтениях.

## II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является определение трендов 2022 года в такой креативной индустрии как дизайн, выделение в ней отдельных направлений дизайна и составление их рейтинга, базирующего на интересах потенциальных потребителей.

## III. ТЕОРИЯ

Дизайн – это креативная индустрия, которая базируется на творческой проектной деятельности. Главной целью этой деятельности является формирование гармоничной предметной среды, максимально точно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека [1, с. 21]. Можно заметить, что в обыденной жизни у каждого из нас присутствуют предметы дизайна, их направленность на индивидуализацию и конкретизацию исходит из наших разнообразных социальных потребностей. Речь идет не только о потребности эстетического освоения мира, но также о потребности нравиться другим людям и даже самоутверждаться за счет дизайнерских вещей.

Возможности дизайна удовлетворять совершенно разнообразные потребности людей способствуют формированию отдельных направлений в этой креативной индустрии. Опираясь на утвержденную Правительством РФ Концепцию развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее Концепция), можно выделить следующие основные направления дизайна:

- 1) архитектура;
- 2) промышленный дизайн;
- 3) дизайн одежды;
- 4) графический дизайн;
- 5) дизайн интерьера и т.п. [2].

В Концепции не представлен исчерпывающий перечень востребованных направлений дизайна. Тем не менее, необходимо определить основные из них, чтобы продемонстрировать специфику функционала, в том числе и с точки зрения формирования потребительских предпочтений:

1) Архитектурный дизайн представляет собой разработку проекта здания или сооружения с учетом всех действующих строительных нормативов, реализация которого будет направлена на создание эстетической и комфортной среды для людей.

2) Промышленный дизайн включает в себя процессы проектирования внешней оболочки физических продуктов с учетом их функциональности и назначения, которые выпускаются в промышленных масштабах.

3) Дизайн одежды имеет прямую зависимость от текущих модных тенденций и культурных традиций, а также дает возможность людям выглядеть стильно, исходя из их потребностей и вкусов.

4) Саунд-дизайн – это процесс формирования звукошумовых эффектов, который наиболее востребован в медиа- и цифровых проектах, например, когда речь идет о создании компьютерной игры, кинофильма, телевизионного шоу и анимационного продукта.

5) Графический дизайн направлен на разработку отдельных элементов компьютерной графики, цифровых изображений и интерфейсов программных продуктов.

6) Интерьерный и ландшафтный дизайн включают в себя комплекс мероприятий, связанных с благоустройством территории и созданием комфортной окружающей среды для людей.

Некоторые исследователи также относят к дизайну такие направления, как современный арт, народно-художественные промыслы, декоративное искусство и ремесла, рекламу, маркетинг и индустрию красоты [3].

Представленные направления дизайна помогают профессиональным и творческим людям реализовывать свои эстетические идеи, а потребителям результатов их деятельности – познать новые горизонты красоты.

#### IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для исследования популярности среди потенциальных потребителей различных направлений дизайна в текущем 2022 году были выбраны социальная сеть «ВКонтакте», видеохостинг «YouTube», а также мессенджер «Telegram». На первом этапе по результатам мониторинга в них было отобрано 284 сообщества, посвященных креативным индустриям и креативной деятельности.

На следующем этапе был проведен контент-анализ видеоматериалов, сообщений и публикаций (постов), размещенных в них, и отобран только тот контент, который непосредственно посвящен различным направлениям дизайна.

На третьем этапе исследования была произведена количественная оценка обратной связи от подписчиков. В результате в каждом из 284 сообществ был определен самый популярный контент по «лайкам», «репостам» и «комментариям» за 2022 год, посвященный различным направлениям дизайна. На его основе был сформирован рейтинг актуальных для дизайна как индустрии направлений по каждому из источников: в социальной сети «ВКонтакте», мессенджере «Telegram» и на видеохостинге «YouTube».

Представим с помощью диаграммы рейтинг востребованных у потенциальных потребителей направлений дизайна в 2022 году, который был получен по результатам анализа видеоматериалов на хостинге «YouTube» (рис. 1).

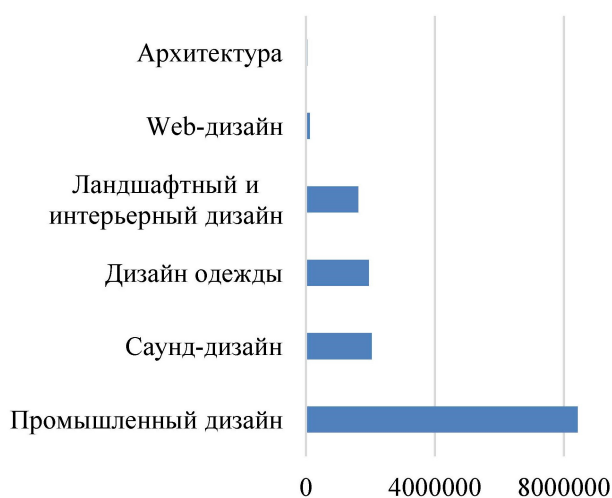


Рис. 1. Потребительский рейтинг направлений дизайна за 2022 год, сформированный на основе данных видеохостинга «YouTube»



Результаты анализа востребованных направлений дизайна среди подписчиков, полученные в социальной сети «ВКонтакте», отражены на рис. 2.

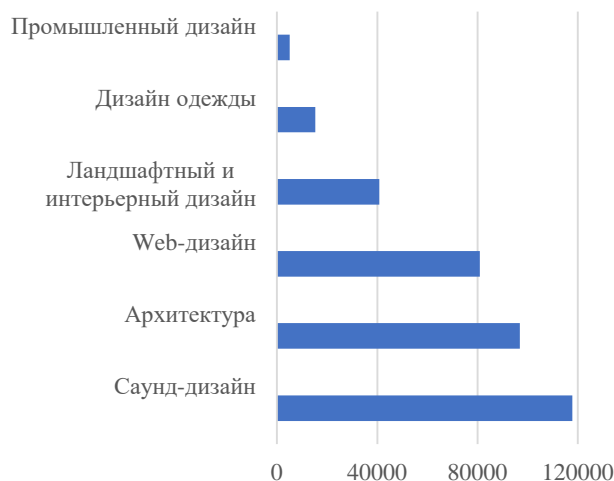


Рис. 2. Потребительский рейтинг направлений дизайна за 2022 год, сформированный на основе данных социальной сети «ВКонтакте»

Также представим рейтинг, сформированный на основе анализа популярных у подписчиков публикаций и сообщений о различных направлениях дизайна в мессенджере «Telegram» (рис. 3).

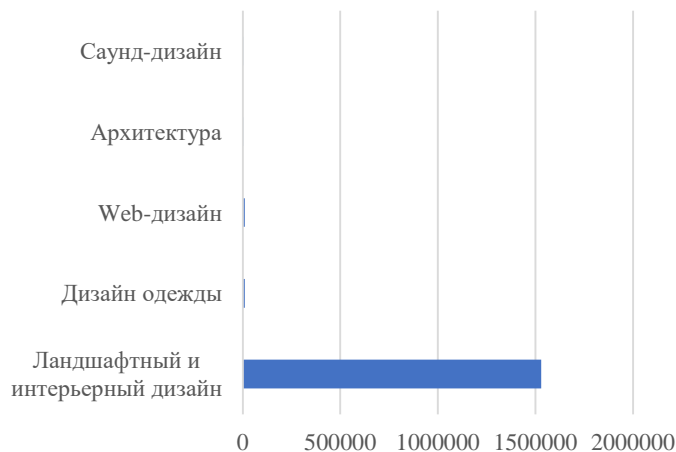


Рис. 3. Потребительский рейтинг направлений дизайна за 2022 год, сформированный на основе данных мессенджера «Telegram»

Если исходить из того, что близкими к индустрии дизайна и влияющими на ее развитие являются такие направления, как современный арт, художественное искусство, индустрия стиля и красоты, то их также необходимо включить в рейтинг за 2022 год.

Представим теперь с помощью диаграммы, как распределяются потребительские предпочтения между различными направлениями дизайна и смежными с ними креативными индустриями (рис. 4).



*Рис. 4.* Общий потребительский рейтинг направлений дизайна и смежных креативных индустрий за 2022 год, сформированный на основе данных «YouTube», «ВКонтакте» и «Telegram»

На рисунке 4 продемонстрирован общий потребительский рейтинг за 2022 год, который составлен на основе данных обратной связи от аудитории «YouTube», «ВКонтакте» и «Telegram». Он отражает популярность различных направлений индустрии дизайна в контексте смежных креативных индустрий.

## V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Как видно на рис. 4, первое место среди направлений индустрии дизайна потенциальные потребители отдали именно промышленному дизайну. На втором месте в потребительском рейтинге – ландшафтный и интерьерный дизайн, которому аудитория «YouTube», «ВКонтакте» и «Telegram» отдала в половину меньше предпочтений, чем промышленному дизайну. Третье место в рейтинге занял саунд-дизайн.

При этом, если рассматривать дизайн в контексте смежных креативных индустрий, то можно отметить, что современный арт, архитектура, веб-дизайн и художественное искусство оказались в рейтинге за пределами топ-5 востребованных направлений. Вместе с тем, в топ-5 вошла индустрия стиля и красоты.

## VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, нами были проанализированы различные направления дизайна в контексте креативных индустрий. Также было проведено эмпирическое исследование. Полученные в ходе него данные позволили выявить тренды среди основных современных направлений дизайна.

В результате авторами предложен актуальный в 2022 г. рейтинг для индустрии дизайна, сформированный на основе предпочтений потенциальных потребителей. Он безусловно имеет практическую ценность и может быть использован органами государственной власти, которые разрабатывают стратегии развития и субсидирования различных креативных индустрий в нашей стране, а также образовательными учреждениями, которые формируют программы подготовки по направлению дизайна и смежным креативным специальностям.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федотова, Н. Г. Культурный капитал как фактор региональной модернизации // Культурное обозрение. Информационно-аналитический сборник. – 2010. – № 2. – С.
2. Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года : Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_396332/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/) (дата обращения: 25.10.2022)
3. Федотова, Н. Г. Креативные индустрии (Creative industries): теория и практика / Н. Г. Федотова // Культурное обозрение. – 2012. – №4. – URL: <http://www.flagshipuniversity.ntf.ru/sites/default/files/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B8.Creative%20industrie%20%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf> (дата обращения: 29.10.2022)