

типологию, в которую сможет попасть большинство стандартных анимаций на сайтах и в мобильных приложениях, а также определить эффективность и контекст использования тех или иных анимаций.

Типы анимаций в UX/UI-дизайне:

1. Анимации для контроля внимания пользователя.
2. Анимации для продвижения пользователя.
3. Анимации для красоты.
4. Анимации для упрощения работы с сайтом.
5. Анимации продающие сайт.
6. Анимации переходов.
7. Всё и сразу.

Исходя из собранной в процессе изучения темы информации, можно сказать то, что в современном UI/UX дизайне огромное значение занимает создание анимации, тем не менее, она не является обязательной для каждого проекта, скорее выполняя роль полезного дополнения, расширяющего удобство и визуальную часть итогового продукта.

Так же стоит отметить иные требования к анимации в веб среде и мобильных приложениях, по сравнению со стандартными аннотациями в мультфильмах или рекламных роликах. Анимации в UI/UX дизайне существенно короче, служат исключительно утилитарным целям и полностью отказываются от большой изобразительности, выполняя свою маленькую функцию, такие ограничения создают два одновременных достоинства и беды для анимации электронных интерфейсов. Это в первую очередь шаблонность и стандартность решений, которые используются в анимациях мобильных интерфейсов, это сильно упрощает процесс разработки, в сравнении с классической или 3д анимацией, где есть место субъективизму и различным мнениям, что растягивает процесс производства. В UI/UX анимации создаются проще и быстрее, по уже заданным шаблонам и правилам. Обратная сторона этого, то что почти всегда создание чего-то уникального это излишество и огромный риск провала для продукта, который вы разрабатываете, за исключением анимаций в продуктах, созданных для того чтобы быть нестандартными и почти не использоваться реальными пользователями.

Список использованных источников

1. Что такое UX/UI дизайн на самом деле? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/321312/>. – Дата доступа: 02.04.2022.
2. History of computer animation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_computer\\_animation](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_computer_animation). – Дата доступа: 02.04.2022.
3. Что такое Моушн Дизайн? Для чего он нужен бизнесу? Как его создать? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/u/885533-nik-peretiatko/274054-chto-takoe-moushn-dizayn-dlya-chego-on-nuzhen-biznesu-kak-ego-sozdat>. – Дата доступа: 07.04.2022.

УДК 7.067.3

## **ЛИЦО ПЕРЕМЕН – ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ИЛЛЮСТРИРОВАННЫХ ОБЛОЖКАХ МОДНЫХ ИЗДАНИЙ**

***Бурова М.Д., маг., Григораш А.В., к.и., доц.***

*Московский педагогический государственный университет,  
г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. В статье рассматривается влияние социальных изменений на оформление модных изданий: особенное внимание уделено иллюстрированным обложкам как символу повышенного внимания к происходящей ситуации.

Ключевые слова: модный журнал, гляцевый журнал, глянец, обложка, модное издание, гляцевое издание, иллюстрация, модная иллюстрация, иллюстрированная обложка, социальные изменения.

В представлении многих людей модные и гляцевые журналы – это развлекательные женские издания, которые имеют отдаленное отношение к повседневной жизни. Своей

задачей они ставят бесконечное потребление актуальных вещей, а времяпровождение с этим продуктом массовой культуры сводится к пустому листанию иллюстрированных страниц и создает иллюзию вечного праздника жизни [1, 248]. Такие выводы небезосновательны, однако слишком категоричны. Журналы о моде, как и все прочие средства массовой информации, транслируют читателям о социальных, политических изменениях и обстоятельствах, но глянец это делает под особой призмой: образно, интеллигентно, миролюбиво. Мнение о том, что мода представляет собой самостоятельное и независимое явление, задающее тон светской жизни, во многом неверное. Это эфемерное явление податливо «изгибается» под давлением изменений в различных сферах жизни, принимая новые адаптированные формы. Трудные военные, революционные и социально нестабильные времена избавляли женщин от неудобной затейливой одежды; вводили в моду элементы военного гардероба, самые бюджетные ткани и новые аксессуары; пересматривали и меняли роли в обществе. Все это отражалось в самом долгоиграющем на сегодняшний день источнике информации о моде – в гляцевом журнале. А точнее, на его «лице».

Обложки модных изданий традиционно украшают кадры фотосессий или фэшн-иллюстрация. В это понятие или синонимичное «модная графика» привычно вкладывают следующий смысл: это искусство отражения тенденций конкретного времени и места в форме художественного изображения. Рисованные обложки были самой распространенной разновидностью до 50-х годов XX века в Европе и США и до 70-х в СССР. Позже фотография сменила иллюстрацию, журналы «засияли» улыбками моделей. Только в 2010-х началась новая волна использования модной графики на обложках глянца. Однако выдающиеся и порой злободневные события отражались в сюжетах, в которых главную роль играла не мода, а другие образы и социальные послы. На примере иллюстрированных обложек изданий разных лет рассмотрим, как журналы «общались» со своими читателями во времена перемен.

По некоторым обложкам можно буквально проследить историю – увидеть, как издания пытались поддержать людей во время Первой мировой войны и уверить, что они остаются с читателем, даже несмотря на перебои. В это непростое время редакция Vogue разместила в одном из выпусков следующее послание: «Если возникнут трудности с получением журнала в кратчайшие сроки, не вините ни книготорговца, ни газетные киоски, ни Vogue. Ответственность лежит на кайзере и его юнкерском окружении» [2]. На обложке британского майского номера 1918 года появилась сестра милосердия, которая своим великодушным взглядом с тревогой смотрит в сторону военных действий – она стала олицетворением отважных девушек, неустанно работавших в полевых госпиталях (рис. 1). Этот образ кажется священным – развивающаяся белая косынка и красный крест на груди, напоминающий религиозный, создают ощущение пришествия самоотверженного ангела, который готов защитить, вылечить и помочь победить. Красота этой девушки неоспорима, однако заключена она не только в добрых поступках. Стоит проследить, на какие внешние особенности обращает внимание художник Портер Вудрафф: как на контрасте играет бледный тон кожи, юношеский румянец и алые губы; как темная волнистая прядь обрамляет лицо; как изящные дуги бровей подчеркивают яркие большие глаза. Конечно, этот образ на фоне английского флага не имеет отношения к моде: но по некоторым деталям можно сделать вывод о том, какой видели привлекательность молодой женщины в конце 1910-х годов.

Первая мировая война во многом стимулировала революционные настроения в Российской Империи: внутренняя нестабильность, переросшая в Гражданскую войну и полную смену политического курса нового государства, привела к волне эмиграции, особенно в кругу творческой интеллигенции. В числе покинувших страну был Сергей Юрьевич Судейкин – участник объединения «Мир искусства», выдающийся театральный художник и творец, не переставший воспевать традицию народного лубка и эстетику дореволюционных балаганов спектаклей [3, 172], даже обосновавшись в США. Русская культура, экзотическая и самобытная, привлекала западную публику еще в царские времена: на это во многом повлияли Дягилевские «Русские сезоны» и сотрудничество импресарио с такими художниками, как Александр Бенуа, Лев Бакст, Наталья Гончарова и Михаил Ларионов. В число этих творцов вошел и Судейкин, чей талант Сергей Дягилев высоко ценил и осуждал художника за его отъезд в «страну бескультурия», «страну без истории» [4, 205]. Однако именно здесь произойдет симбиоз русского искусства и американской массовой культуры – на обложке модного издания Vanity Fair в декабрьском номере 1922 года

появится один из вариантов картины «Русская сказка» (рис. 1). Гламурный журнал, который ранее украшали образы модных светских дам и шуточные зарисовки с ними, вдруг раскрыл занавес праздничной потешной постановки с веселыми сельскими девицами и громогласными гармонистами. Появление такого сюжета на обложке модного издания недвусмысленно демонстрирует степень влияния русской культуры на весь мир в период эмиграции из бывшей Российской Империи. Стоит упомянуть и женские журналы, издававшиеся в Советском Союзе. Несмотря на стереотип о том, что в СССР не было моды, были издания, которые на своих страницах демонстрировали прекрасные образцы одежды, соответствующие государственной идеологии и модным веяниям западных стран. Среди таких журналов были «Модели Сезона», «Журнал Мод», «Костюм и пальто». Тяжелое время Великой Отечественной войны не остановило работу над новыми выпусками, несмотря на невозможность стабильно работать, использовать цветные изображения и качественную бумагу для печати. Но осталось главное – творческий подход и стремление вселить веру в людей. Так на обложке журнала «Костюм и пальто» 1942 года появляется традиционный для военного времени образ медсестры, но здесь он несет совершенно другой посыл: крепкая и бесстрашная героиня всегда готова помочь в беде (рис. 1). Однако следует обратить внимание на интересную деталь – тень девушки, как если бы она была одета соответствующе мирному времени. Обложка заставляет задуматься, чем жертвовали женщины и многомиллионная страна в сложные военные времена. И здесь модный костюм – это не образ праздного времяпровождения, это олицетворение мирной и счастливой жизни, которая ждет СССР после победы.



Рисунок 1 – Британский Vogue (май 1918), Vanity Fair (декабрь 1922), Костюм и пальто (1942)

Ярким метафоричным образом встретил завершение Второй мировой войны американский Vogue за июнь 1945 года – иллюстрацию исполнил известный фэшн-иллюстратор Карл Оскар Август Эрикссон, известный под именем Эрик, ранее нарисовавший десятки обложек для модных журналов. Будто на официальном письме, поверх иллюстрации написано послание американскому народу: «Ваши сыновья, мужья и братья, которые сегодня стоят на фронтах, сражаются не только за победу в войне. Они борются за новый мир свободы и благоденствия». На белом фоне появляется карабин со штыком, однако этот милитаристский и жесткий символ неожиданно зацвел и распустился яркими бутонами – в этом можно проследить важную мысль, что жизнь все равно победит, какой бы страшной ни была смерть (рис. 2). Долгое время мир не испытывал глубоких потрясений, и с 2010-х годов стали вновь появляться редкие рисованные обложки, приуроченные к юбилеям модных изданий – в них отражалось желание общества вернуться к чему-то рукотворному и неидеальному, отстраниться от компьютерных технологий и снова посмотреть на мир образно. 2020 год заставил мир «притормозить» и переосмыслить ход жизни – пандемия коронавируса, локдауны и экономические потрясения стали невиданной ранее проблемой. Вслед за редакцией итальянского Vogue, другие модные журналы по всему миру приняли решение издать арт-выпуски с иллюстрированными обложками и разворотами – как ответ на невозможность проведения фотосессий и желание помочь современным художникам. Тема поддержки прослеживалась и в серии из 26 журналов Vogue Hope (Надежда) – один из них был издан в России в сентябре 2020 года. Автором обложки стал Эрик Булатов – отечественный художник и классик соц-арта, а главными героями – мирное, озаренное солнечными лучами голубое небо и бескомпромиссное, устремленное вдаль и одновременно витающее в облаках слово «Надежда» – абсолютный образ этого времени (рис. 2). Реакцией на непростой период в жизни Казахстана стала обложка январского номера Harper's Bazaar Kazakhstan 2022 года. Будто в традициях модных журналов начала XX века, эта иллюстрация отсылает к винтажному стилю ар-деко и образно демонстрирует

переживания, которые испытала страна. Автором обложки стала известная на родине художница Индира Элиф Бадамбаева: в своей декоративной работе с философским посылом она представила образ Сакской воительницы, которая пытается усмирить беспокойного зверя в рассеивающейся тьме (рис. 2). Она не хочет борьбы и кровопролитий, и поэтому оставляет свои стрелы за спиной, призывает к миру и мечте, держа в руках золотую звезду.



Рисунок 2 – Vogue US (июнь 1945), Vogue Россия (сентябрь 2020), Harper's Bazaar Kazakhstan (№1 (177) 2022)

Перемены любого характера – социального, политического и экономического – напрямую влияют на то, как живет общество и меняются приоритеты каждого человека. Все это отражается и на внешнем облике, формируя новые нормы потребления, правила этикета и даже моду. Глянцевые издания, несмотря на торжество цифровой эпохи, остаются проверенным временем ресурсом о fashion-сфере и стиле жизни. О насущных проблемах невозможно и нечестно молчать, поэтому важно, чтобы модные издания не избегали значимых социальных вопросов, прикрываясь розовыми очками безмятежной праздности, а интеллектуально, через символы и знаки говорили о том, что чувствуют, и прямо в душу читателю доносили те долгожданные позитивные послы, которые сделают день светлее.

#### Список использованных источников

1. Слепцова, А. Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры / А. Слепцова, О. В. Ромахи // Аналитика культурологии. – 2008. – № 12. – С. 247–250.
2. WW1 In Vogue [Electronic resource] // Vogue Britain. Mode of access: [https://www.vogue.co.uk/gallery/vogue-world-war-one-centenary?intcid=inline\\_amp](https://www.vogue.co.uk/gallery/vogue-world-war-one-centenary?intcid=inline_amp). – Date of access: 25.03.2022.
3. Галеева, Т. А. Расколота идентичность: русские художники эмигранты Б. Григорьев, С. Судейкин и И. Домбровский / Дж. Грэм в США в 1920-1930-е гг. / Т. А. Галеева // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2017. – № 27. – С. 168–181.
4. Галеева, Т. А. Сценография Сергея Судейкина на американской сцене в 1920-е годы: русские балеты Игоря Стравинского в Метрополитен Опере / Т. А. Галеева // Архитектон: известия вузов. Изобразительное искусство. – 2017. – № 60. – С. 204–217.

УДК 659.13 : 7.045

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБРАЗОВ ИЗ РАБОТ ХУДОЖНИКОВ-ИЛЛЮСТРАТОРОВ МОДНЫХ ЖУРНАЛОВ В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННОГО КОСТЮМА

**Грама В.В., магистрант, Макарова Т.Л., д-р искусствоведения, проф.**

*Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

*Реферат. В статье рассмотрены работы художников-иллюстраторов модных журналов и особенности коллекций костюмов: сходство и различие модных образов. Приведены примеры работ художников и современных дизайнеров в стилях: модерн, ар-деко, сюрреализм. Сделаны выводы о большей свободе интерпретации модного образа*