

Для того чтобы выработать правильный подход к изучению принципов орнаментальных композиций разберём распространённые орнаменты, так называемого, «бута», и «рог-барана». Орнамент «бута» первоначально связано с зороастризмом (огнепоклонством) являлся символом огня. Напоминающего по форме язык пламени этим орнаментом декорируются керамические изделия, изделия из металла, ковры также широко применялись в оформлении одежды и мн. Др. Этот же орнамент по форме, изображающего каплю воды, мы также видим на многих изделиях декоративно-прикладного искусства. Активным элементом орнамент в паре как мотивы символизирующие любовь и разлуку можно увидеть почти на всех изделиях функционального и декоративного характера. В зависимости от композиционного расположения орнамента, например обращённые как бы к друг другу, означает любовь, а если они повернуты спинами - разлуку.

Другой распространённый мотив, который символизирует орнамент «бута»-это птица павлин. В этом варианте орнамент изображающего павлина мы видим в перевёрнутом виде. Каждый раз в зависимости от идейно-художественной задачи выстраивается соответствующая композиция с учётом формы предмета, его материала и характера использования. Здесь цвет подбирается для усиления звучания темы и эмоционального воздействия. Весьма важным дополнением к композиции является также подбор различных форм, каллиграфических надписей, которые вводятся в композицию в роли ключа для разгадки смысла тех или иных орнаментов-символов.

Другой орнамент «рог-барана» означая, признак победы, изобилия изображается в различных вариантах; и здесь в зависимости от расположения они приобретали разные значения. Например, изображая их, друг против друга (как бы противопоставляя) тем самым выражается состояние беспокойства, тревоги и т.д. Если они изображаются в один ряд-мир и спокойствие. Каждый смысловой орнамент композиционно завершается соответствующими элементами геометрических или растительных групп орнаментов. Цвет в каждой композиции также подбирается согласно тематике, подчёркивая идейно-художественные решения.

Следует отметить, что многочисленные орнаментальные мотивы, изображающие домашних фантастических животных, небесных тел, различные предметы быта, растения и т.д. все они находились в эволюционном развитии. И как видно из приведённых выше примеров тематика и композиция их имеют сложную структуру.

Ценность «вещи» и его эстетический статус утверждается соответствием гносеологического содержания художественному решению практической целесообразности, выбору материала т.е. единством этих факторов.

Таким образом, задача дизайнера-художника заключается не только в изучении художественного наследия, но и согласно историческому характеру развития в творческом переосмыслении, создания новых произведений, продолжающих художественные традиции.

УДК 659 : 125.6

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ УК «МУЗЕЙ» ВИТЕБСКИЙ ЦЕНТР СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Студ. Дорожкина Н. А., доц. Тарабуко Н. И.

Витебский государственный технологический университет

Научно-исследовательская работа представляет собой информационный проект для УК «Музей» Витебский центр современного искусства», включающий концептуальный подход к деятельности музея, ребрендинг логотипа, разработку фирменного стиля, сувенирной продукции, а также различных рекламных и презентационных материалов к деятельности музея. ВЦСИ – это исторически-важная и культурно-значимая организация, которая определяет художественное лицо города Витебска. История музея началась еще в начале XX века. Создание художественных музеев в послереволюционной России имело лавинообразный характер, а заявление Марка Шагала в Наркомпрос было одним из первых. И уже в 1918 году в Витебске приступили к созданию своего художественного музея.

Марк Шагал был скорее мечтателем, чем человеком рациональным, он хотел организовать в родном городе художественный центр, но не имел никакой концепции. Поэтому долгое время музей и собираемая коллекция работ имели неопределенный статус: какое-то время считалось, что это музей типа краеведческого. И только в 1920 году Александр Ромм более четко определил характер формируемой коллекции как музея современного искусства. Он решил отойти от принципов исторической последовательности эпох и стилей и уделить внимание самой конструкции произведения. Нужно отметить, что музей находился под одной крышей с Витебским

художественным училищем, а приобретенные произведения современных мастеров соседствовали со школьным музеем, т.е. образцовыми работами учеников ВНХУ. Музейная коллекция экспонировалась в зале собраний и заседаний, поэтому многие из работ можно увидеть на сохранившихся групповых фотографиях учеников и преподавателей училища. Витебское художественное училище было открыто Марком Шагалом, в то время уполномоченным Коллегии по делам искусств в Витебске, он добился выделения для него целого особняка со всей обстановкой. Шагаловский период училища был периодом становления. В Витебск на преподавательскую работу были приглашены художники из Москвы и Петрограда. Такие как Лисицкий, Ермолаева, Малевич, Якерсон, Ромм и др.

Но именно период Казимира Малевича был самым продуктивным как для училища, так и для музея. Это время характеризуется борьбой с Марком Шагалом за переустройство системы преподавания. Малевич пропагандировал свой собственный метод творчества, являясь единственным теоретиком нового искусства, и быстро стал лидером революционно настроенной молодежи. Он реорганизовал учебную жизнь и создал целый ряд теоретических работ (некоторые из них хранятся в фондах ВЦСИ). А совместно с многочисленными своими единомышленниками Малевич организует УНОВИС. Позже Малевич и др. преподаватели уезжают из Витебска, и ВНХУ утрачивает былой статус. В настоящий момент ВНХУ не существует (хотя учебная база лежит в основе нескольких витебских вузов), а вот музей действует как Центр современного искусства с 1998 года, его организовала Валентина Михайловна Кириллова, консультант фильма Александра Митты «Шагал – Малевич».

Музей сильно изменился: утрачена коллекция работ, произошел переезд в скромное помещение, доминирует сменная экспозиция – всё это почти стерло связь музея с авангардом XX века, и ВЦСИ сегодня, скорее выставочный зал и развлекательно-образовательный центр, который ничем (кроме скромного плаката действующей выставки на входной двери и таблички режима работы с наименованием организации) не выделяется в городской среде. Основное здание (ВНХУ) только недавно вернулось в руки музея и находится на полной реконструкции.

Целевая аудитория музея – это молодежь в целом, и студенты художественных вузов в частности, также он рассчитан и на широкую аудиторию.

Музей является прямым наследником УНОВИСа и, не смотря на свою размытость на культурной карте города, имеет большую значимость в сфере образования и творчества. Действительно, ВЦСИ едва ли не единственное место в Витебске, которое своей деятельностью может претендовать на охват большей аудитории, чем имеет. Поскольку не только организует выставки и инсталляции, но проводит лекции, художественные курсы и ночи музеев, а также ведет издательскую деятельность и сотрудничает с действующими художниками.

Только у музея существуют значительные проблемы

- с посещаемостью (ввиду распространения торгово-развлекательных центров, кафе);
- низкий уровень услуг (почти не задействуются современные технологии и медиа).

Также проблема позиционирования: у музея нет четкого образа: чем является и занимается ВЦСИ, какие услуги предоставляет.

Несмотря на свою обширную деятельность, ВЦСИ не имеет визуального образа, позиционирования и торговой марки. Хотя стоит сказать: в виду своей преимущества, музей решил собственными силами модифицировать знак УНОВИСа (созданный некогда Малевичем, а позднее перекрашенный революционно настроенным Эль Лисицким из черного цвета в красный) и использовать как товарный знак ВЦСИ. Это противоречие, так как ВЦСИ не УНОВИС, а современное искусство не авангард 20-х годов. Разные организации, разная деятельность, разные товарные знаки, соответствующие своему времени. Если тезисно резюмировать анализ настоящей ситуации ВЦСИ, можно обозначить следующее:

– основные проблемы: слабое финансирование, слабая коммуникация (не определены входная группа, интерьер, отсутствие наружной рекламы и собственного сайта), плохая узнаваемость (музей практически не виден на информационной и музейной карте города);

– отсутствие целостного образа музея и его деятельности.

Основные аспекты брендинга:

- гены супрематизма с доминирующим черным квадратом;
- открытость для общества, как окно в культурную жизнь
- кодирование информации об искусстве с использованием современных трендов.

Задачи ребрендинга:

- использовать исторические реалии;
- быть актуальным;
- объяснить аббревиатуру (для многих горожан термин ВЦСИ ни о чем не говорит);
- привлечь больше посетителей.

Ребрендинг знака (рисунок 1). Исходя из вышеперечисленного, и используя цитаты из энциклопедии русского авангарда, было решено открыть окно черного квадрата и «подвесить на простыне белого пространства» ребус, состоящий из «метафизических основ системы супрематизма». И если Малевич слой за слоем накладывал краску в поисках «особого творческого метода», то в знаке возможно использовать принцип послышности, чтобы решить задачу «перекодировки».



Рисунок 1 – Знак УК «Музей» Витебский центр современного искусства»

Новый знак решает задачи:

- узнаваемости: важным является перенос акцента с УНОВИСа на ВЦСИ. Не история, но действующий музей с его аббревиатурой и полным названием;
- целостности: типографика как доминанта в концепции знака даст возможность объединить разрозненные виды деятельности и направления искусств в единое образное сообщение, работая автономно или в качестве обрамления;
- мобильности. Знак может стать стилевой основой для решения, как печатной продукции, так и архитектурного пространства;
- наследственности. Продолжать и продвигать авангардные традиции, используя новые приемы и контекст;
- расширение аудитории. Необходимо добавить к действующему в настоящий момент сарафанному радио внутреннюю и наружную рекламу, а также рекламу СМИ.

Для информационной поддержки мероприятий, проводимых ВЦСИ используется визуальные характеристики знака как доминирующего элемента брендинга (рисунок 2).



Рисунок 2 – Пример плаката для лекции УК «Музей» ВЦСИ»

В концепцию проекта входит также возможность взаимодействия ВЦСИ и образовательных учреждений, проведением, к примеру, важнейших просмотров кафедры дизайна ВГТУ и художественно-графического факультета ВГУ им. Машерова на музейной площадке. Нужно

сделать образ музея неотъемлемой частью образовательных курсов данных вузов и приобщить к этому процессу многочисленных белорусских художников и дизайнеров.

Если обобщить многие данные, то Витебск почти полвека был культурной столицей и главным учебно-педагогическим центром изобразительного искусства Республики.

Отсюда такая распространенность художников, дизайнеров и ремесленников. Отсюда общее творческое настроение в городе.

По итогу недавнего опроса витебчан, в период Славянского Базара самым ожидаемым и посещаемым местом является «город мастеров», потом «художественная галерея», далее театральные спектакли, а на последнем месте концерты в амфитеатре.

«Поэзия – это когда новые вещи становятся знакомыми, а знакомые вещи – новыми». Это неплохое определение сущности работы: помочь людям оценить то, что им незнакомо, а также придать большую ценность тем вещам, которые уже существуют. И если раньше ВЦСИ заботился о качестве предоставляемых трудов и достиг определенных успехов, то сейчас необходимо обратить внимание на их презентацию подачу.

УДК 677.024.1: 004

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ИСТОРИЧЕСКОГО АНАЛОГА ЛИОНСКОГО ПОЯСА

К.т.н., доц. Казарновская Г.В., к.т.н., доц. Абрамович Н.А.

Витебский государственный технологический университет

Целью данной работы является воспроизведение технологии лионского пояса на современном ткацком оборудовании, который является поясом слуцкого типа, он изготовлен во второй половине 18 века. Пояс хранится в музее древнебелорусской культуры при ГНУ «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы НАН Беларуси» (рис.1).

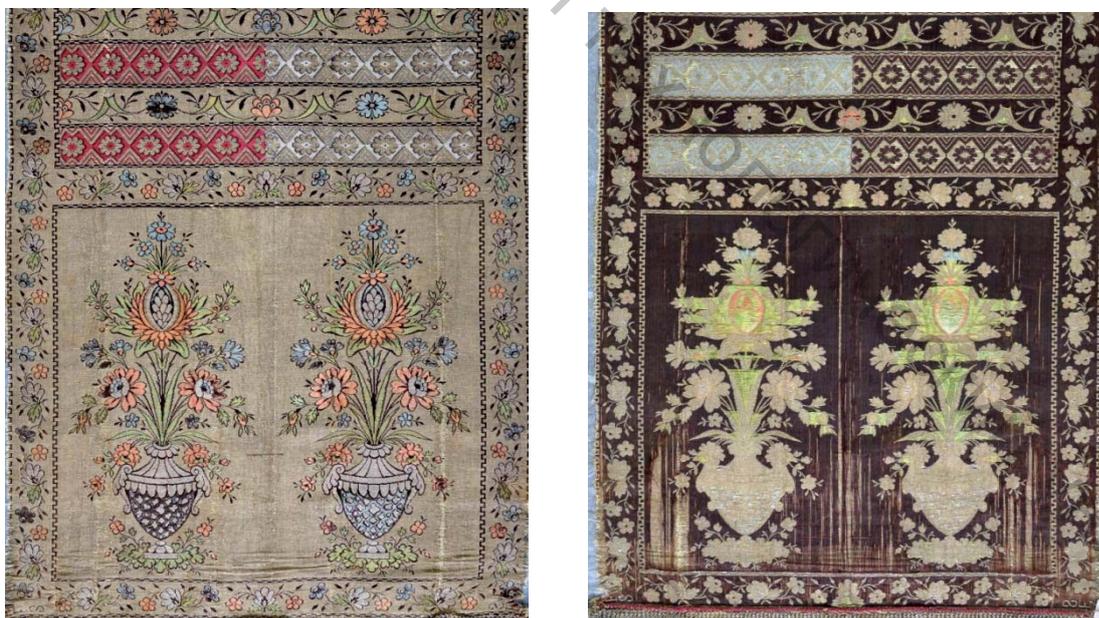


Рисунок 1 – Лицевая и изнаночная стороны двустороннего четырехлицевого лионского пояса

В поясе присутствует восемь цветовых эффектов, семь из которых получены нитями утка, один – нитями настилочной основы. Особенность узора пояса состоит в том, что шесть утков: два – серебряных, оранжевый, зеленый, голубой и черный формируют рисунок в «голове» лицевой стороны пояса, седьмой уток бордовый появляется только в середнике пояса. На изнанке в «голове» пояса – чистый цветовой коричневый эффект, принадлежащий нитям настилочной основы. Для формирования этого эффекта пришлось всю настилочную коричневую основу выводить на изнанку для переплетения с черным утком. Поэтому на лицевой стороне в «голове» пояса просматриваются все утки, имитирующие некоторую потертость фона, что не снижает эстетического восприятия узора. Поскольку в середнике появляется седьмой уток, а ткацкий