

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВИТЕБСКОГО АВАНГАРДА  
И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЕГО ИДЕЙ  
В ДИЗАЙНЕ ГРАФИЧЕСКОМ**

Монография

Витебск  
2024

УДК 7.036 /.0,38 : 7.05

ББК 71.147+30.18

И 88

Авторский коллектив:

Г. В. Казарновская, Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович,  
Н. Н. Самутина, М. В. Ворохобко, С. А. Оксинь, Т. Н. Луцейкович,  
Н. С. Захарчук, Д. Д. Дударева, А. В. Попова, И. Л. Кириллова,  
А. Г. Малин, Т. В. Наговицына

Рецензенты:

кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой дизайна  
УО «ВГУ им. П.М. Машерова» Кулененок В. В.;

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Социально-  
гуманитарные дисциплины» УО «ВГТУ» Уткевич О. И.

Рекомендовано к изданию научно-техническим советом  
УО «ВГТУ», протокол № 2 от 16.04.2024.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом  
УО «ВГТУ», протокол № 8 от 29.04.2024.

**Казарновская Г. В.**

И 88 Исследование витебского авангарда и использование его идей в  
дизайне графическом / Г. В. Казарновская [и др.] – Витебск :  
УО «ВГТУ», 2024. – 136 с.

ISBN 978-985-481-772-9

Темой исследований, представленных в монографии, является исторический аспект сложившихся художественных практик авангардного объединения и дальнейшее их развитие в качестве концепт-проектов, признанных теорий, заложенных в учебных процессах разных школ, заставляющих дизайнеров, архитекторов, художников переосмыслить наследие авангарда начала XX века.

Целью работы является визуализация и пропаганда идей Витебской художественной школы для широких кругов общественности, продолжение традиций УНОВИСа, выявление новых аспектов и возможностей концептуальных идей Витебской художественной школы в дизайне промышленном и графическом, предметно-пространственной среде; продвижение художественных идей и концепций, заложенных в Витебске и выявление их влияния на современный дизайн.

УДК 7.036 /.0,38 : 7.05

ББК 71.147+30.18

ISBN 978-985-481-772-9

©УО «ВГТУ», 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>5</b>
<b>1 ОПЫТ И НАСЛЕДИЕ ВИТЕБСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ .....</b>	<b>8</b>
1.1 Витебское народное художественное училище. Понятие Витебской художественной школы.....	8
1.2 Педагогическая система ВНХУ.....	11
<b>2 КАЗИМИР МАЛЕВИЧ КАК ТЕОРЕТИК И ПРАКТИК ДИЗАЙНА.....</b>	<b>15</b>
2.1 Идеи беспредметности .....	15
2.2 Эскизы для артели «Вербовка» .....	16
2.3 Витебские «граффити».....	18
2.4 Спецодежда .....	20
2.5 Ленинградский фарфор .....	20
2.6 Архитектоны .....	22
<b>3 ВЛИЯНИЕ ВИТЕБСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ НА СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН.....</b>	<b>24</b>
3.1 Эстетика супрематизма .....	24
3.2 Супрематизм в архитектуре.....	25
3.3 Идеи Малевича в промышленном дизайне .....	27
3.4 Авангардный стиль в творчестве модельеров .....	30
3.5 Абстрактное искусство как творческий источник в сфере рекламы.....	34
<b>4 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИДЕЙ ВИТЕБСКОГО АВАНГАРДА В ДИЗАЙНЕ ГРАФИЧЕСКОМ.....</b>	<b>42</b>
4.1 Организация визуальных коммуникаций в рамках учебных проектов с использованием идей витебского авангарда .....	42
4.2 Сувенирная продукция.....	53
4.3 Рекламно-информационная поддержка события, посвященного 100-летию юбилею УНОВИС «#SUPREMШТОРМ. НОЧЬ» .....	57
4.3.1 Арт-событие «#SupremШторм. Ночь» .....	57
4.3.2 Брендинг и фирменный стиль .....	58
4.3.3 Выбор креатива и его обоснование .....	59
4.3.4 Процесс проектирования визуальных коммуникаций.....	61
4.4 Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников».....	72
4.5 Видеопроект для презентации музея истории ВНХУ .....	78
4.5.1 Содержание проекта.....	78
4.5.2 Стилистическое решение проекта .....	80
4.5.3 Разработка видеоконтента .....	81
4.6 Разработка айдентики международного конкурса плаката к 100-летию УНОВИС «УНОВИС. XXI ВЕК» .....	85

4.6.1	Задачи Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»	85
4.6.2	Рекламно-информационная поддержка конкурса	86
4.6.3	Анализ рекламно-информационных носителей для Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»	88
4.7	Городской сити-арт и суперграфика	91
4.8	Традиции Витебской художественной школы, заложенные в концепцию проекта музея кафедры дизайна и моды	97
4.8.1	Преемственность традиций и новаторство	97
4.8.2	Экскурс по музею кафедры дизайна и моды	99
4.8.3	Концепция проекта музея	101
4.8.4	Роль и задачи музея кафедры дизайна и моды в развитии корпоративной культуры вуза. Идентификация кафедры	106
<b>5</b>	<b>ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ</b>	<b>110</b>
<b>6</b>	<b>ПОСТУЛАТЫ ВИТЕБСКОЙ ШКОЛЫ В УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИНАХ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ДИЗАЙН»</b>	<b>118</b>
6.1	Фундаментальные основы композиции в системе супрематизма в заданиях студентов кафедры дизайна и моды	118
6.2	Типографика Лисицкого в учебных заданиях студентов	119
6.3	Визуальная форма как архетип реальных предметов или архетип их значений и смыслов. Задания по курсу «Цветоведение»	123
6.4	Мотивы Витебской художественной школы в современной фешен-фотографии	124
	<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	<b>127</b>
	<b>ЛИТЕРАТУРА</b>	<b>130</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Авангардное наследие Витебска XX века способно выделить наш город, подчеркнуть его творческую ауру. Витебск волею судеб вошел во все каталоги по современному искусству XX века, благодаря приезду в 1919 году Казимира Малевича. Л. Н. Миронова так пишет об этом событии: «Центром революционных событий в искусстве XX века стал не только Париж, но и заштатный <...> городок Витебск» [33, с. 2]. «Витебская художественная школа <...> занимает выдающееся место в мировой культуре нынешнего столетия в связи с историей УНОВИС. Именно это художественное явление выделяется на фоне любых иных художественных школ» – пишет Татьяна Котович в своей статье «Витебская художественная школа: концептуализация термина» [23, с. 7]

В первую очередь, благодаря Казимиру Малевичу в искусствоведческий язык вошло словосочетание «Витебская школа». Витебская художественная школа, авангард XX века, супрематизм, УНОВИС, Казимир Малевич, Эль Лисицкий для современного искусства и самого города Витебска не просто слова из истории, а реальность и опыт, с одной стороны, помогающие освоить профессиональные истоки дизайна, а с другой стороны, создать бренд города из самых узнаваемых и уникальных черт, присущих именно ему, построить в городе арт-объекты, подчеркивающие его своеобразие.

Витебск известен сегодня своими традициями в проведении различных культурных мероприятий, это и Международный фестиваль современной хореографии, и «Славянский базар», и набирающий обороты фест «На семи ветрах» и т. п., но именно художественные традиции Витебска, начиная от Ю. Пэна, М. Шагала, К. Малевича и до современных художников и дизайнеров, все их творческие искания уникальны и имеют глобальное значение, заслуживают пристального внимания и изучения. Квадрат – отправная точка авангарда, зародившегося в Витебске благодаря УНОВИСу и нашедшем свое продолжение в известном витебском «Квадрате». Творческое объединение «Квадрат» – это социокультурный проект, художественный мост между событиями 1910–1920-х гг., событиями, активированными Казимиром Малевичем, его учениками и сподвижниками, и – художниками 1980-х гг.» [19, с.10].

В городской среде Витебска недостаточно отмечено художественное наследие и, тем не менее, продвижение в этом направлении есть – создан музей ВНХУ в здании Витебского народного художественного училища, где во главу ставятся идеи супрематизма, повлиявшего на всю мировую культуру и дизайн.

Витебск, как и все мировое сообщество, в 2020 году отметил 100-летие УНОВИС как возможность показать роль культового

художественного объединения в современной культуре и обозначить Витебск как исторически сложившуюся столицу нового визуального языка, созданного на сломе исторических эпох и традиций в искусстве. В словах УНОВИС, Малевич, Лисицкий, ВНХУ, педагоги и их ученики, свободные художественные мастерские содержатся культурные ценности Витебска, в котором в 20-е годы XX столетия прописывалась новая страница искусства и зарождавшаяся история дизайна. В программе и деятельности УНОВИС, несмотря на очень краткую историю его существования, произошло главное – становление базовых принципов в обучении дизайна, самого актуального направления деятельности человечества в XX и XXI вв.

Творчество Казимира Малевича и Эль Лисицкого, наряду с другими авангардистами, их школа обучения в ВНХУ служат ориентиром для всех дизайнеров мира, и изучается в вузах дизайна как необходимый аспект визуальности по всем направлениям дизайна [47]. Традиция обучения как впитывания новых культурных кодов, зародившаяся в Витебском народном художественном училище и программа УНОВИС стали своеобразным принципом обучения и на кафедре дизайна и моды Витебского государственного технологического университета. Главным также является не слепое копирование приемов и создание клонов супрематических существующих картин, а выявление как возможно следовать новаторству и свободному проявлению творческих начал в образовании, умению использовать принципы беспредметности в создании новых концептов в дизайн-проектировании.

Обзор литературы свидетельствует о том, что как отечественные, так и зарубежные исследователи данной темы ищут преимущественно проблемы дефиниции «Витебской художественной школы», авангарда начала XX века. События истории Витебской художественной школы являются объектами пристального изучения авторов многочисленных статей, монографий, книг. Много исследований на эту тему проведено коллегами художественно-графического факультета Витебского государственного университета им. П. М. Машерова. Вполне закономерно, что В

Витебская художественная школа привлекает в первую очередь витебских искусствоведов. Следует отметить подход к исследованию этого вопроса доктора искусствоведения Т. В. Котович. Как отмечает Н. Ф. Высоцкая, профессор кафедры этнологии, музеологии и истории искусств БГУ «Татьяна Котович – единственный в Беларуси искусствовед, транслирующий интерес к художественному авангарду 1920-х годов сквозь призму художественного анализа, метода выявления хронотопа произведений и аналогий супрематического ренессанса с тенденциями в современном искусстве» [24, с. 186].

Кафедра дизайна и моды УО «ВГТУ», в силу специфики своей деятельности, имеет практико-ориентированный подход к этому вопросу. Изучение представленной тематики носит практический характер использования сложившихся художественных практик авангардного объединения и дальнейшего их развития как в лице художников, продолжающих это направление, так и в качестве концепт-проектов. Это средовые проекты, объекты промышленного дизайна, коллекции моделей, дизайн текстильных изделий, информационные поддержки, арт-проекты, которые реализованы преподавателями и студентами кафедры дизайна и моды [35].

Кафедрой постоянно ведется исследовательская работа в области изучения влияния и вклада авангардного искусства, определенного родоначальниками Витебской школы, на дизайн по различным направлениям. Такой интерес к представленному направлению вызван тем, что витебские художники и дизайнеры по историческому и духовному праву являются продолжателями супрематических традиций, заложенных УНОВИСом.

Тема продолжения идей Витебской школы в дизайне прослеживается во многих научно-исследовательских работах и дипломах. На кафедре «Дизайн и мода» УО «ВГТУ» тема УНОВИСа включена и прописана преподавательским составом в разные курсы и задания для студентов неслучайно. Во-первых, это высокая профессиональная планка, во-вторых, исторический аспект, который помогает найти ответы на многие вопросы в дизайне предметном и визуальном. Разработанные проекты могут стать основой для информационного пространства Витебска, для создания арт- и дизайн-объектов в городской среде.

Исследования и дизайн-проекты решают задачу визуализации и пропаганды идей Витебской художественной школы для широких кругов общественности, осмысливают величину явления супрематизма и его влияние на современный дизайн, продолжают традиции УНОВИСа, выявляют новые аспекты и возможности. Важной составляющей проектов является и мотивация преподавателей и студентов продолжить деятельность «учредителей нового искусства» в современной жизни.

Актуальность и уникальность темы состоит в ее значимости для мирового искусства в целом и для Витебска, как места, где идеи супрематизма, творческого обновления культурных процессов зародились и получили свое развитие.

# 1 ОПЫТ И НАСЛЕДИЕ ВИТЕБСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ

## 1.1 Витебское народное художественное училище. Понятие Витебской художественной школы

Авангард в искусстве XX века тесно связан с историей Витебска и его культурными традициями. Народное художественное училище в Витебске существовало с 1919 по 1941 годы, и его открытие состоялось 28 января 1919 года под руководством Марка Шагала, уполномоченного Коллегии по делам искусств в Витебской губернии.

С середины 1919 года Марк Шагал пригласил своего учителя Юдея Пэна руководить мастерской в народном художественном училище, и студия Пэна стала филиалом учебного заведения. В мае 1919 года к Шагалу в Витебск приехал Эль Лисицкий из Москвы. Он преподавал основы архитектуры, графику и печатное дело. Позднее, Лисицкий пригласил в Витебск Казимира Малевича, который прибыл в конце октября 1919 года. Витебский период жизни Малевича отличался борьбой с Марком Шагалом за переустройство системы преподавания в художественном училище до его отъезда в Петроград. Вместе с единомышленниками, которых он нашел здесь, Малевич создал группу УНОВИС и активно работал, разрабатывая теорию нового искусства. Лисицкий оказался в сложной этической ситуации, стоя перед выбором между своим учителем Шагалом и Малевичем – лидером радикальной художественной молодежи. Поддержав Малевича, Лисицкий стал его последователем и испытал сильное влияние супрематической концепции.

Летом 1921 года Лисицкий отозван в Москву преподавать курс истории архитектуры и монументальной живописи во ВХУТЕМАСе. Весной 1919 года в Витебск приехала Ермолаева В. М. и приступила к работе в художественном училище в качестве руководителя мастерской и заместителя директора училища. Активно поддерживая начинания Казимира Малевича, Ермолаева была одним из инициаторов создания УНОВИСа, участвовала в создании эскизов театральных костюмов к постановке футуристической супрематической оперы Крученых А. Е. на музыку Матюшина М. В. «Победа над солнцем» (январь–февраль 1920 года). Когда в конце мая – начале июня 1920 года Марк Шагал, устав от противостояния с Казимиром Малевичем и от административно-организационной нагрузки, заслонившей творческие задачи, покинул Витебск, Ермолаева стала руководителем училища, которое теперь стало называться «Витебские государственные свободные художественные мастерские». Круглая печать училища в период зимы–весны 1920 года, то есть еще во времена директорства

Марка Шагала, имела две надписи: в центре – «1-ое Витебское Высшее народное художественное училище», а по кругу – «Свободные государственные художественные мастерские». Это объясняет, почему в документах 1920 года использовались оба варианта названия учебного заведения. В конце 1921 – начале 1922 года училище получило статус Художественно-практического института, ректором которого стала Ермолаева и была им до своего отъезда в Петроград в августе 1922 года.

Образовательный процесс в Витебских государственных свободных художественных мастерских строился на основе системы, разработанной Казимиром Малевичем и членами Университета нового искусства (УНОВИС). В 1920 году в «Альманахе УНОВИСа №1» (Витебск, 1920) опубликована программа единой аудитории живописи коллектива «УНОВИС». Она включала в себя курсы по освоению различных аспектов живописи и скульптуры, таких как форма, объем, плоскость, а также последовательное изучение таких направлений искусства, как сезаннизм, кубизм, футуризм и супрематизм.

Малевич активно пропагандировал свой собственный метод творчества и выступал в роли единственного теоретика и исследователя в области нового искусства. Он создал несколько учебных коллективов мастерских, однако в начале 1920-х годов, вокруг Художественно-практического института Витебска, стали накапливаться непонимание и недоброжелательность. Материальное положение педагогов стало критическим, и продуктивная работа стала невозможной. В итоге, некоторые коллеги Малевича покинули институт и последовали за ним в Петроград.

В мае 1922 года состоялся первый и, к сожалению, единственный выпуск студентов Витебского художественно-практического института. Всего 11 человек получили дипломы, а еще 17 студентов переведены в высшие художественные учебные заведения Москвы и Петрограда. [24, 20].

Для преподавателей и студентов кафедры дизайна и моды факультета «Дизайн» является несомненным, что в учебном процессе необходимо использовать не просто весь материал мирового авангарда, но в первую очередь, применять накопленный опыт Витебского народного художественного училища, его программных установок и творчества его лидеров, в первую очередь, Казимира Малевича и Эль Лисицкого. Однако проблемным на сегодня является термин Витебская художественная школа [47].

Александр Лисов в статье «Феномен Витебской художественной школы: проблемы осмысления действительности» пишет: «Витебская художественная школа – понятие, не имеющее в настоящее время строгого научного определения. В белорусском искусствоведении оно используется чаще всего для обозначения местной традиции художественного образования, связанной с искусством Витебска в

широком временном диапазоне с конца XIX в. до начала войны 1941 г. В российских исследованиях, как правило, приобретает значение, связанное с феноменом активизации послереволюционной художественной жизни города 1918–1922 гг., где Витебск рассматривается как центр художественного авангарда. С 1990-х гг. в работах ряда белорусских авторов стали предприниматься попытки осмысления послевоенного и современного постмодернистского искусства Витебска в русле этой традиции» [26].

В справочнике, составленном Т. В. Котович, есть статьи «Витебский ренессанс» и «Витебская художественная школа». В случае с понятием «витебский ренессанс» автор настаивает на том, что оно с конца 1990-х гг. стало «обозначением всей социокультурной ситуации в истории Витебска 1918–1923 гг.»...[22]. Т. В. Котович отмечает, что «термин имеет тенденцию к расширению, захватывая не только период 10–20-х гг., но и сегодняшние события художественной жизни Витебска»

В интерпретации М. Л. Цыбульского Витебская художественная школа представляется в широком смысле как «историческое художественное пространство», некий витебский топос; в узком смысле как «совокупность художественных учебных заведений» [56]. И в первом, и в втором случае хронологически явление обозначено автором как феномен, прослеживающийся на протяжении всего XX в. При этом школа представляется как многонациональное и многостилистическое явление, лежащее в русле белорусских, еврейских, русских, польских художественных традиций. Усилия обоих авторов определить понятие совпадают в одном из аспектов: когда речь идет о Витебской художественной школе как художественном учебном заведении или их преемственности. При этом Т. В. Котович в данном случае ограничивается периодом 1919–1923 гг., М. Л. Цыбульский рассуждает о преемственности на протяжении всего XX в. Стремясь раскрыть сущность понятия «Витебская художественная школа», ряд авторов справедливо указывают на невозможность применения классической трактовки понятия «художественная школа» применительно к искусству XX в. вообще и к искусству Витебска, в частности.

Витебская художественная школа может характеризоваться как провинциальная традиция передачи художественного опыта, сформировавшаяся в Витебске на протяжении XX в. Она институирована (формализована) в ряде художественных учебных заведений, имеющих свою специфику [26]. Идея их преемственности, отражающая определяющие стороны явления, на некоторых этапах истории школы подменяется мифом о преемственности, играющим важную идеологическую роль. В малочисленной профессиональной и полупрофессиональной среде Витебска миф о школе становится не менее важным и продуктивным, чем сама школа.

Витебская художественная школа – название, представляющее собой устойчивый мем, оно является самоназванием, обозначающим художественную традицию или миф о традиции, ее подменяющую, самоопределяющуюся в культурной среде Витебска XX в.» (Лисов А. Г.)

Термин, включающий в себя толкование Т. В. Котович о «всей социокультурной ситуации в истории Витебска 1918–1923 гг.» может реально работать в нынешней ситуации изучения и передачи авангардистских традиций современному дизайну [23; 21].

## 1.2 Педагогическая система ВНХУ

Витебское народное художественное училище существовало в 1919–1941 годах. Название учебного заведения претерпевало изменения несколько раз:

- Первое высшее художественное училище (1919–1920);
- Свободные государственные художественные мастерские (1920–1921);
- Высшие государственные художественно-технические мастерские (1921–1922);
- Государственный художественно-практический институт (1922–1923);
- 1 сентября 1923 года реорганизовано в Витебский художественный техникум;
- Белорусский художественный техникум (1924–1934);
- Витебское художественное училище (с 1934 года) [23].

В начале 1920-х годов Казимир Малевич отправился в Витебск, чтобы преподавать, и именно там супрематизм стал основой новой педагогики университета «утвердителей нового искусства». Идеи, зародившиеся в среде участников университета, начали распространяться по всей стране из Витебска. Филиалы этой организации были открыты в Петрограде, Смоленске, Оренбурге, Саратове и Перми. Молодое искусство, возникшее на белорусской земле, начало активно развиваться в разных уголках Советского Союза. Идеи участников университета стали основой теории так называемого «производственного искусства», которое было популярно среди советских художников «левого» направления в 1920-х годах.

В Художественно-практическом институте отделение университета приобрело все большую популярность. Витебск шел в ногу со временем и даже опережал его в определенном смысле. В институте использовались новаторские методы обучения. Здесь

практиковалось многоуровневое обучение, начиная с основ изобразительного искусства и заканчивая научным отделением, аналогом аспирантуры. После окончания научного курса студенты были обязаны, помимо выполнения экзаменационных заданий, как практического, так и теоретического характера. Представление о тех дисциплинах, которые проходили в институте, может дать выдержка из программы Материального факультета отделения УНОВИСа:

1. Знакомство с материалами, обработка их.
2. Технично-опытное образование элементов.
3. Конструирование формы.
4. Выражение динамики и статики.
5. Конструирование как опыт взаимоотношений элементов, распределение тяжести.
6. Проекция построения формы в пространстве и т. д. [24].

Задачи, стоящие перед создателями Витебского художественно-практического института, ясно видны из сохранившегося черновика программы, которая определяла его цели и задачи. В документе отмечается необходимость наличия в молодом государстве специалистов, способных создавать современный вещный мир, где каждый дом, мост, аэроплан и предмет быта стали не только технически совершенными, но и являются настоящими произведениями искусства. В настоящее время искусство уже не стремится повторять уже найденные формы, которые только лишь полируются ради агитации, оно направлено на создание единого фронта конструктивного творчества. Малевич впервые применил свою педагогическую систему постепенного восхождения к супрематизму, начиная с этапа сезаннизма, затем кубизма, а затем супрематизма (импрессионизм Малевич не довел до совершенства). Одно из основных отличий педагогики Малевича от академической заключается в том, что он не просто обучал различным дисциплинам, а научал учеников системам и настойчиво отстаивал эту необходимость. В качестве преподавателя он был очень требовательным и считал, что помимо освоения уже известных приемов и техник, ученик должен проявлять самостоятельность и предлагать нечто новое. Именно поэтому в Витебске у Малевича было много недоброжелателей и врагов. Сохранилась запись выступления Льва Юдина, одного из его учеников, на академии художеств в 1922 году. В этой речи Юдин противопоставлял «пассивное изучение» различных средств и материалов – органическому развитию и росту художника «до современного состояния искусства». Он высказывал намерение «вернуть все отобранные у систем элементы обратно в системы, в стройность» и доказывал, что только такой подход и понимание позволяют создать настоящую программу для проникновения в новые открытия в изобразительном искусстве [28; 29].

Становление архитектурной мастерской, где Суетин и Чашник проходили свое обучение, а также начало нового периода в творчестве Лисицкого не может быть упомянуто без важного вехопреходца – Малевича. Дипломированный архитектор Лисицкий придавал огромное значение передаче традиционных профессиональных навыков своим ученикам, ведь это включало в себя освоение технического черчения, создание архитектурных эскизов, моделирование – все то, что являлось фундаментом архитектурных знаний. Но согласно общей стратегии Малевича, Лисицкому была поставлена задача развития архитектурного проектирования на основе супрематизма и преобразования супрематизма в объемные формы; трехмерные конструкции должны были закладывать основы будущей архитектурной концепции.

Сравнение нового и старого, слабого и сильного, постоянное стремление к пониманию соответствия, как например, между весом и цветом, погружение в терминологию супрематизма, гипнотизированность сильной личностью учителя и всей обстановкой его теоретических заданий – это атмосфера, которая окутывала студентов в Витебске. Малевич очень интенсивно проводил лекции и не только это, он общался с учениками, читал доклады, проводил «собеседования».

В конце учебы уновисовец считался «завершенным ученым строителем» и обязан был написать диплом – теоретический трактат.

В «Альманахе УНОВИСа №1» (Витебск, 1920) опубликована Программа единой аудитории живописи коллектива «УНОВИС». Она начиналась с вводного курса по освоению живописной и скульптурной формы, объема, плоскости, затем предполагала последовательное изучение сезаннизма, кубизма, футуризма, супрематизма. Малевич пропагандировал свой собственный метод творчества, являясь единственным теоретиком и исследователем по вопросам нового искусства. Также в «Альманахе УНОВИСа №1» опубликован «Принцип росписи стены» как проект трибуны с надписью в левом нижнем углу: «Труд, знание и искусство – основы коммунистического общества (исполнитель В. Ермолаева)». Позднее надпись была стерта, и проект трибуны Малевич превратил в роспись стены с новым текстом.

В марте 1921 года Ленин провел реформу в Наркомпросе, в результате чего разработано известное «Положение об управлении высшими учебными заведениями», которое уничтожило автономию высшей школы. Данный документ утвержден в сентябре того же года. Произошел постепенный сдвиг вправо, антиавангардное движение начало набирать обороты. Резкое ухудшение положения в Витебске объясняется именно этим фактором, а не тем, как утверждал Шагал, что все разворовано. Преподаватели начали возвращаться обратно в столицы. В 1922 году Малевич завершил работу над своим главным теоретико-философским трудом – «Супрематизм. Мир как

беспредметность или вечный покой». В Витебске опубликована его брошюра «Бог не скинут. Искусство, церковь, фабрика». В мае того же года состоялся первый и единственный выпуск десяти студентов (восемь из которых – уновисовцы). Сразу после этого Малевич уехал в Петроград. За ним последовали Ермолаева, Суетин, Хидекель, Чашник, Юдин, Коган и несколько студентов младших курсов. Учебный год 1922–1923 стал последним для Художественно-практического института.

«Задачей искусства – современного искусства – является не отображение, не повторение реальности, а создание новой, другой реальности» [20, с. 206]. Можно сказать, что педагогическая система ВХУ представляла собой живую действенную методологию, способную к трансформации в другие виды творчества и художественной деятельности, отражаясь в других системах. «Необходимо подчеркнуть, что в ядре малевичской педагогической практики содержится триада:

1) после всех систем современного искусства и после супрематизма переход в теорию – создание исследовательского института в качестве новой формы искусства;

2) после супрематизма переход в практику: архитектура и декоративное искусство;

3) после супрематизма переход через Белый супрематизм – в философию» [20, с. 196].

## 2 КАЗИМИР МАЛЕВИЧ КАК ТЕОРЕТИК И ПРАКТИК ДИЗАЙНА

### 2.1 Идеи беспредметности

Творчество Казимира Малевича не предназначалось для доставления эстетического удовольствия. Он не задумывался о том, чтобы люди ощутили эмоциональное наслаждение от его работ. Когда он воплощал свои идеи в архитектуре, его волновало не то, чтобы людям было комфортно и приятно жить в будущих домах. Он создавал искусство, чтобы организовывать и консолидировать жизнь, а не для того, чтобы улучшать ее удобство, легкость или красоту.

Однако, несмотря на все усилия Малевича избавиться от «мелочей торговцев и заботливых хозяек» и оторваться от «обыденности», земные и практические нюансы всегда оставались реальностью. Вопреки его космическим прозрениям, они проникали в витебские трамваи, на ленинградский фарфор и даже на рабочую одежду, например, московских дорожников. [55].

У Казимира Малевича были не только таланты в изобразительном искусстве, но и в области философии, теории и концептуализма, став одним из пионеров в этих областях. Геометрические фигуры использовались в искусстве задолго до Малевича, но лишь Казимир Северинович смог дать им новое толкование и значимость. [18].

Письмо Михаилу Гершензону. 1920 г. [30].

«Если человечество нарисовало образ Божества по своему образу, то, может быть, Квадрат черный есть образ Бога как существа его совершенства», – писал Малевич о главной своей работе, «нуле форм», базовой «супрематической «клетке». Современные исследователи полагают, что «Черный квадрат» – не о боге, а о человеке. Квадрат, в отличие от круга или креста, в природе не встречается. Эту форму создал Homo sapiens.

«Супрематизм. Мир как беспредметность, или вечный покой». 1922 г. [31].

«Вся предметность – это только извращение действительного, то есть беспредметного. Через предметную систему хотят достигнуть чего? Совершенства, то есть того, в чем навсегда прекратится всякая практичность, смысл и цель. Наступает беспредметность. Совершенство как бог – будет беспредметным». Малевич верил, что с помощью супрематических конструкций можно переделать мир. Но, к счастью, переделал только искусство.

«Супрематическое зеркало». 1923 г. [32].

«Науке, искусству нет границ, потому что то, что познается, безгранично, бесчисленно, а бесчисленность и безграничность равны нулю». В своем последнем «заумном» манифесте «Супрематическое

зеркало» Малевич развивал понятие «нуля». Оно простиралось от «ничего» до «всего». Это и абсолют, и знак отрицания, как «Черный квадрат». Манифест был написан к выставке «Картин петроградских художников всех направлений». Экспозиция заканчивалась пустыми холстами. Тоже своего рода нуль. Авангардная живопись, выражение чистого и бескорыстного служения форме, так в декабре 1915 года Малевич охарактеризовал свои работы, показанные на «Последней футуристической выставке «0.10». Его «Черный квадрат» открыл новое поле опытов – чисто геометрическую беспредметную форму.

## 2.2 Эскизы для артели «Вербовка»

«Вербовка-100» – культурно-выставочный проект, воссоздающий коллекцию прикладных вещей, по эскизам русских художников-супрематистов. Артель «Вербовка», основанная в 1900 году в одноименном селе помещицей Натальей Давыдовой, славилась своей вышивкой. Кустарные изделия артели имели успех не только у киевской интеллигенции. Одна из крестьянок, работавших у Давыдовой вышивальщицей, даже имела Золотую медаль, присужденную ей на Международной выставке в Лондоне. Первое время в орнаментах «Вербовки» преобладали народные мотивы. В 1915 году Давыдова и художник «Вербовки» Александра Экстер познакомились в Москве с Малевичем. В том же году на выставке «Современное декоративное искусство Юга России» было представлено три работы, выполненные по его эскизам. На следующей выставке в 1917-м было уже около 400 супрематических вышивок: подушки, скатерти, веера, ширмы, полотенца, сумки и наволочки – все это было «навечно Малевичем». Возможно, если бы не революция, супрематизм стал бы главной модной тенденцией того времени. Он стал бы основой дизайна одежды, мебели, интерьеров, он сделал бы Казимира Севериновича миллионером. Но времена были сложные – Давыдова вскоре была арестована, потом эмигрировала и какое-то время работала у Коко Шанель.

К столетию коллекции, художники Анна Толстикова и Юлия Анищенко инициировали воссоздание утраченных предметов по оставшимся материалам [53; 54]. Их творческое объединение AGORApro (г. Москва) координировало участие волонтеров, как профессиональных художников, так и любителей вышивки, которые вместе восстановили большую часть коллекции по эскизам Малевича, Поповой, Розановой, Удальцовой, Экстер, Клюна и др. Отчетная выставка проекта прошла в ряде музеев, например, в том числе и в Витебске в Музее истории Витебского народного художественного училища, «Мураново».

В 2019 году Анна Толстикова в качестве приглашенного специалиста прочитала ряд лекций студентам факультета «Дизайн» Витебского государственного технологического университета (рис. 2.1), в которых был дан анализ преемственности основных постулатов Витебской школы в искусстве, в дизайне промышленном и графическом и других направлениях современного отечественного и зарубежного арт-пространства, систематизированы графические структуры и визуальные техники для использования их при разработке проектов различной направленности.



Рисунок 2.1 – Анна Толстикова, творческое объединение AGORAprom (г. Москва)

### 2.3 Витебские «граффити»

Традиция украшать город по случаю праздников существовала в школе и до Малевича. Но в начале 20-х годов всякое торжество в Витебске приобрело отчетливо супрематический характер. Румяные, деятельные, вездесущие члены УНОВИС, вооружившись красками и кистями, шли на улицы, и не было от них решительно никакого спасения. Наверное, современникам Малевича происходившее в Витебске не казалось таким уж чудным. Однако из XXI века картина кажется совершенно сюрреалистической. Фасады домов, городской транспорт, трибуны, с которых вещали советские вожди и агитаторы – все здесь напоминало интерьер какой-нибудь модной нью-йоркской галереи или жилище хрестоматийного современного миллиардера [40].



Рисунок 2.2 – Оформление Белых казарм к двухлетней годовщине Комитета по борьбе с безработицей

Сергей Эйзенштейн, побывавший в Витебске в 20-м году, писал: «Здесь главные улицы покрыты белой краской по красным кирпичам. А по белому фону разбежались зеленые круги. Оранжевые квадраты. Синие прямоугольники. Это Витебск 1920 года. По кирпичным его

стенам прошла кисть Казимира Малевича». Слова Эйзенштейна подтверждает газета «День работников искусств»: «На улицу, в гущу жизни, на Полоцкий рынок, на площадь Свободы врывается сорабисный автомобиль, агиттрамвай или агитповозка, и удивленные народы слушают серьезную музыку, песенки о черном и красном квадрате...».

Опыт реализации модели супрематизма в витебском городском пространстве, начиная с праздничного оформления юбилея витебского Комитета по борьбе с безработицей, был значимым и наполненным творческой энергией выпускников Витебского училища изобразительных искусств, основанных Казимиром Малевичем и Эль Лисицким.

В настоящее время примечателен боковой фасад дома, выходящий на улицу Шагала. Дом украшает роспись по эскизу Малевича «Смерть обоям» 1919 года.



Рисунок 2.3 – Роспись по эскизу Малевича «Смерть обоям», ул. Шагала, г. Витебск

Впервые эскиз нарисовали в 1992 году – по инициативе художников витебского творческого объединения «Квадрат».

Улица Марка Шагала уже стала одним из главных туристических объектов Витебска. На 500-метровой улице самая большая

концентрация настенной живописи в нашем городе: футуристические полотна, граффити с портретом Казимира Малевича.

## **2.4 Спецдежда**

Экспериментируя с цветом, Малевич, случалось, выходил далеко за рамки холста. Известный искусствовед Паола Волкова описывала, к примеру, как он усаживал машинисток в пространствах, ограниченных стенами определенного цвета. И изучал, как тот или иной цвет влияет на их работоспособность, настроение, самочувствие. Малевич делал прогнозы (у Елены Петровны начнется кашель через 20 минут, Ольга Карловна будет печатать вдвое быстрее и т. п.) и проверял их практикой [10]. В ходе этих экспериментов он пришел к любопытным выводам. Например, он выяснил, что белый цвет усиливает болевые ощущения и предложил знаменитый нынче бирюзовый хирургический халат. Тогда же у него возникла идея оранжевого жилета – спецдежды, по которой сегодня безошибочно опознаются дорожные рабочие.

## **2.5 Ленинградский фарфор**

В 1922 году дирекция Ленинградского фарфорового завода пригласила к сотрудничеству Казимира Малевича и двух его учеников – Николая Суетина и Илью Чашника. Малевич, ранее задиристо заявлявший, что достиг в своем «Черном квадрате» «нуля форм», интересовался в это время именно объемными формами. Он основал при заводе лабораторию форм, где создал знаменитые «получашки» и чайник – выдающийся пример победы дизайна над функциональностью и удобством.

Белый и гладкий фарфор, заменивший холст, стал идеальным материалом для супрематистов. «Белое» в творчестве Малевича и его учеников имело особый смысл и значение, было идеальной средой для творчества. Супрематические композиции, ложившиеся на поверхность фарфоровых предметов, воспринимаются иначе, чем на листе бумаги, картоне или холсте. Супрематизм с его опытом цветописи не противоречил природе фарфора как материала, не разрушал конструкцию вещи. Фарфор оказался прекрасным материалом и для объемного супрематического формообразования. Супрематические модели – чайник и чашки, выполненные К. С. Малевичем, стали символами супрематизма в фарфоре. В 1926 году критик Д. М. Аранович писал об их работе: «...проблемы цвета и фактуры в

фарфоре никогда так не были блестяще разработаны, как этими супрематистами» [25].

Будучи в 1927 году в Германии, Малевич рассказывал немцам, как однажды, «художественной забавы ради» располовинил чашку. Первый комплект чайника и полу-чашек сегодня хранится в Государственном Русском музее в Санкт-Петербурге. К. Борисов полагает, что Малевич «разложил подчинённую функциональности и узнаваемую предметную форму на первоэлементы. Так из сферической чашки получились полусферы, а ажурный завиток заменился на непроницаемый прямоугольник, таким образом, получив неудобную в использовании, но очень оригинальную чашку» [11, с. 48].

Были и другие фарфоровые предметы, партия их была выпущена уже в 1923 году, но процесс очень быстро был остановлен: оказалось, что общество, жаждающее перемен, на деле не было готово к такой авангардной посуде. Постепенно производство вернулось к классическим формам чашек и чайников.

Начиная с 2001 года Императорский фарфоровый завод вновь стал выпускать фарфоровые изделия по эскизам Казимира Малевича и даже был сделан повтор знаменитого чайника и получашек.



Рисунок 2.4 – Фарфоровые изделия по эскизам Казимира Малевича

## 2.6 Архитектоны

В своих трудах Малевич подчеркивал, что архитектура является неотъемлемой частью искусства и имеет огромное значение для формирования нашего восприятия мира. Малевич придавал особое значение геометрическим формам и абстрактным композициям в архитектуре, утверждая, что они способны создавать уникальные визуальные эффекты и передавать глубокий смысл. Он призывал архитекторов провоцировать сознание зрителя, создавая необычные и оригинальные конструкции, которые помогут нам увидеть мир с новой стороны.

В 1923 году Казимир Малевич начал создавать архитектоны и планиты. Архитектоны – гипсовые модели, напоминающие макеты нынешних небоскребов. Планиты – чертежи домов, в которых, по замыслу Казимира Севериновича, могли бы жить «земляниты», люди будущего архитектоны представляли собой эксперименты с формами, по сути, еще очень далекие от жизни, и, скорее, являлись «искусством для искусства», продолжали теоретическую разработку «архитектуры как проблемы». К. Малевич рассматривал их как «архитектурные формулы», как «прообразы» и «заготовки» будущих архитектурных сооружений. Главная их идея заключалась в построении гармоничных соотношений между плоскими растянутыми прямоугольниками и плавающими в пространстве полосами. У архитектонов, идеальных моделей, не было ничего конкретного, в том числе, не было и цвета. Пока это были лишь некие универсальные архитектурные принципы [27].

Если архитектоны представляли собой вполне беспредметные композиции и задумывались как универсальный принцип для «единой системы мировой архитектуры Земли», то в планитах Малевич снисходил до функциональных нюансов – этажей, фасадов, ступеней. «Землянит может быть всюду наверху и внутри дома... Каждый его этаж низкорослый, по нему можно ходить и сходить как по лестнице», – описывал он чертежи. Это, разумеется, не значит, что Малевича заботило удобство «землянита». Он, по обыкновению, только организовывал пространство, «земляниту» оставалось лишь приспособливаться. «Если ворона сядет или сошьет гнездо на дереве или удад сошьет в дупле гнездо, то это не значит, что это дерево выросло для этой цели, а удад будет думать об этом дереве, как о дереве с конкретной практической задачей», – объяснял Малевич [27]. Так или иначе, архитектоны и планиты оказали мощнейшее влияние на современную архитектуру. Принцип построения архитектонов освоен, отработан художником при конструировании своей словесности.

Архитектон стал пластическим выводом теоретической мысли художника.

Архитектоны – это попытка вывода супрематизма в трехмерное пространство. Те же элементарные фигуры, из которых строится архитектурный объем. Не квадраты и прямоугольники, а кубы и параллелепипеды. Малевич и супрематисты считали, что это архитектура будущего, в том числе космического. Современные дома избавились от всего лишнего и стали вполне супрематическими элементарными параллелепипедами. В архитектуре черный квадрат стал повседневной реальностью.

## **3 ВЛИЯНИЕ ВИТЕБСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ НА СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН**

### **3.1 Эстетика супрематизма**

Причины плохой изученности нашего отечественного творческого наследия 1920-х годов связаны не только с тем, что в 1930-е годы изменилась творческая направленность и интерес к этому наследию у художников, практически, отсутствовал почти четверть века, но и с принципиальной «вневедомственностью» стилеобразующих концепций первой трети XX века.

Именно такими были две основные стилеобразующие концепции художественного авангарда – конструктивизм и супрематизм, которые оказали большое влияние на творческие поиски в предметно-художественной сфере. Предельное абстрагирование было их сильной стороной, ставило их над стилеобразующими концепциями в конкретных видах творчества, но это же делало их уязвимыми для критики. Например, уже начиная с 1920-х годов эти концепции оказались как бы вне конкретных сфер творчества. Их не признавали за «свои» нигде, а если и признавали, то лишь какую-то сугубо специализированную их часть, что в значительной степени объясняет недостаточную изученность этих творческих концепций, так как специализация историков искусства связана, в основном, с конкретными видами творчества.

Общность роли этих концепций формообразования состояла в том, что они были ориентированы на самые фундаментальные стилеобразующие уровни, вынесенные как бы за скобки художественно-композиционных систем конкретных видов искусства.

Концепция супрематизма была обнародована в 1915 году на «Последней футуристической выставке 0, 10» и представляла собой, по мнению ее автора, логическое развитие кубизма. Поначалу супрематизм заявлялся как концепция абстрактного, беспредметного творчества, как чисто духовное искание, как глобальная философия жизни, искусства, миростроения. Пространство возникает за счет контрастов размеров, наклонов и поворотов перекрывающих друг друга форм. Контрасты в супрематических работах включают противопоставление статичных и повернутых фигур, черных и цветных плоскостей, вертикалей и горизонталей, размеров, степени удаленности от зрителя, прямоугольных и остроугольных конфигураций. В картинах и проектах Малевича всегда существует развернутая система композиционных контрастов. Эти контрасты и придают композиции динамику [18].

Современники Малевича видели в этом стиле огромный потенциал, считали его сильным и удивительным. И они не ошибались.

Супрематизм обладал широкими декоративными возможностями, а потому был востребован не только в живописной среде, но и вне ее. В скором времени, только рожденный стиль начал внедряться в повседневную жизнь. Супрематические орнаменты стали появляться на текстильных изделиях, лентах, платьях, сумках, подушках, платках. В 1920-х годах неожиданным образом стиль находит свое применение в графическом и интерьерном дизайне, его черты можно заметить во многих предметах мебели. Мебель, раскрашенная в простые цвета, собранная из полос дерева или металла не обещала комфорта, но неизменно привлекала внимание, удивляла, а порой даже настораживала. Именно поэтому ей стали наполняться галереи и даже некоторые дома.

Спустя много лет образцы супрематической мебели и уж тем более архитектуры, можно встретить все реже и реже. Мебель такого рода должна была стать историей, которой не суждено повториться. Но так не случилось. Эстетика супрематизма нашла своих поклонников в современной культуре. Продвинутые модные журналы пестрят краткими и в то же время емкими геометрическими сюжетами. Художественные идеи Малевича нашли отклик в архитектуре, в дизайне предметов интерьера, одежды.

### **3.2 Супрематизм в архитектуре**

Влияние творчества Казимира Малевича на архитектуру и дизайн в 1920-х годах оказало огромное значение для развития этих областей искусства. Концепции супрематизма, характерные для работ Малевича, были широко приняты дизайнерами, которые начали использовать плоскости и геометрические фигуры в своем творчестве. Эти элементы идеально дополняли линии архитектурных планов, передавая ощущение перспективы, пространства и разнообразия.

Заха Хадид, мировая известная архитектор из Багдада, оживила стиль начала XX века, переосмыслив его по-своему и ставшим его новым воплощением. Уже на студенческом этапе своего обучения, автор пыталась использовать основы супрематизма в своих проектах современных сооружений. Сегодня она является одной из самых значимых фигур супрематизма в архитектуре и именно ей было предложено создание интерьера знаменитой галереи Galerie Gmurzynska в Цюрихе, где планировалось разместить произведения русских супрематистов XX века.



Рисунок 3.1 – Жилой комплекс Spittelau Viaducts. Вена, Австрия (1994–2005)

Используя пластик и металл, автор создала некое космическое пространство, которое хоть и напоминает супрематизм, но не является им. Это лишь его искаженное отражение, вариация. Это очередная демонстрация использования супрематических методов в современной архитектуре.

Белорусский архитектор Александр Трусов пошел еще дальше и создал супрематический дом. Конструкция основана на трех простых фигурах – прямоугольнике, треугольнике и круге.



Рисунок 3.2 – Супрематический дом Александра Трусова

Автор стремился перевести супрематическую формулу жизни на язык архитектуры. Руководствуясь этой целью, вместо супрематического круга он использовал эллипс – символ жизни во

многих культурах. Дизайнер основательно потрудились над внутренним убранством этого необычного дома. Динамичная асимметрия, чистые линии и простые фигуры легли в основу интерьера.

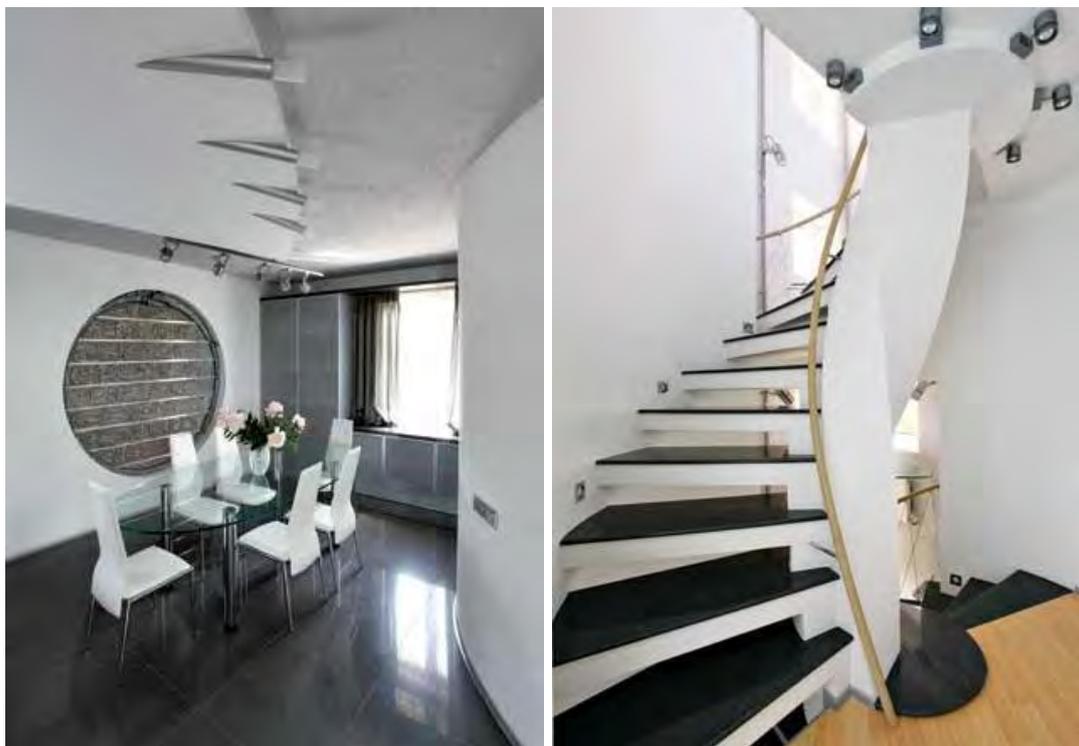


Рисунок 3.3 – Фрагмент интерьера

Супрематизм дал возможность дизайнерам показать свет, контраст и яркость. Влияние супрематизма на архитектуру сохранилось и сейчас. Многие институты базируются на теории Малевича, все объяснения ведутся на его супрематических работах. Супрематизм так плотно используется в архитектуре, что использование работ Малевича, как основы, вошло в привычку, и сейчас многие архитекторы, дизайнеры даже не знают, что все их дизайнерские композиции основываются на супрематизме.

### **3.3 Идеи Малевича в промышленном дизайне**

Геометрические фигуры и простота композиций без излишней вычурности – то, на что делают ставку многие дизайнеры мебели. Вот лишь некоторые примеры использования идей Малевича в обстановке.

Так, датский дизайнер Вибекке Фоннесберг Шмидт создала практичный и необычный разборной стол под названием Recircled.



Рисунок 3.4 – Стол Recircled

Итальянской фабрикой Arketipo предложен строгий супрематический обеденный стол Malevich.



Рисунок 3.5 – Обеденный стол Malevich

В Испании существует компания под названием Beamalevich, которая специализируется на продаже дизайнерских предметов интерьера, вдохновленных произведениями супрематического искусства, а также конструкторов-архитектонов.

Beamalevich, доступный на сайте [beamalevich.com](http://beamalevich.com), представляет собой компанию, базирующуюся в Барселоне, которая занимается производством и продажей предметов интерьера и других дизайнерских вещей. Особенность их продукции заключается в том, что создатели компании нашли вдохновение в творчестве Казимира Малевича.

Идея о создании такой компании возникла у предпринимателя из Барселоны по имени Хавьер Видаль (Xavier Vidal). Картина «Черный квадрат» произвела на него сильное впечатление. Он не увидел в этой картине черную дыру, пустоту или бессмысленность. Для Хавьера «Черный квадрат» стал порталом в неизведанный мир. «Будь Малевичем» предлагает деревянные детали для создания архитектонов. Величайшая заслуга Малевича заключается в разработке инновационного метода изображения, который позволяет контролировать человеческие взаимодействия в быстром темпе современной технологической цивилизации. Результаты творческого поиска Малевича не имеют существенного отношения к изобразительному искусству, поскольку призваны изучать и осмысливать человеческую духовность. Его инновационные достижения полностью принадлежат сфере технологических символов, таких как промышленная графика, торговые знаки, производственные плакаты, эмблемы и значки. Это и есть мир, в котором легко вписывается квадрат Малевича. В этом уникальном мире есть свои мастера, гении, выставки и теоретические исследования. Однако это полностью отличается от других миров, поэтому невозможно сравнивать и экспонировать произведения живописи Рафаэля, торговые эмблемы и отделку салонов автомобилей в одном выставочном зале.

Сегодня широко используемая складная мебель в быту имеет свои истоки в разработках Эля Лисицкого и его учеников. В 1930-х годах он представил проект функциональной квартиры небольшой площади, где каждый элемент мог быть повернут и подстроен под нужды хозяина.

Еще одним примером является кресло Барселона, разработанное Людвигом Мис в 1929 году. Это элегантное кресло имеет прямоугольную форму и простые геометрические линии. Оно изготовлено из кожи и имеет металлический каркас, что придает ему современный и стильный вид.

Также стоит упомянуть об использовании геометрических форм в дизайне комодов и шкафов. Например, комод Cubist от бренда West Elm имеет кубическую форму и представляет собой смелое сочетание разных геометрических фигур. Он может быть использован как комод для хранения вещей или как декоративный элемент интерьера.

В целом, использование геометрических фигур в дизайне мебели придает ей произносимый и современный вид. Это позволяет создать композиции, которые выделяются своей простотой и элегантностью, не уходя в излишнюю вычурность.

Чистый супрематизм в дизайне встречается редко. Обычно его сочетают с другими направлениями, придавая форме и цвету главенствующую роль. Специалисты выделяют несколько принципов оформления квартиры в этом стиле: открытая планировка, минимальное количество стен, геометричность, игра цветов, использование

поверхностей как холстов. Ниже приведены наиболее удачные примеры применения супрематических элементов в дизайне.



Рисунок 3.6 – Примеры использования супрематических начал в дизайне

Дополнением к этому может выступить характерная мебель. Например, супрематистский табурет Мануэля Рэдера, состоящий из двух треугольников и пары пластин, соединяющих их.



Рисунок 3.7 – Супрематистский табурет Мануэля Рэдера

Странный по форме, но в тоже время вполне практичный стул молодого дизайнера Apirak Leenharattanarak – яркий отголосок авангардистских тенденций начала прошлого столетия.

### **3.4 Авангардный стиль в творчестве модельеров**

Супрематизм и индустрия моды тесно взаимодействуют, особенно в контексте экспериментов дизайнеров с сочетаниями цветов и

структурой цветных блоков, с целью достичь аналогичного эффекта, что и художники-супрематисты в начале XX века. Наиболее заметно это проявляется в одежде, где абстракционистские элементы становятся ярким акцентом и привлекают внимание окружающих. Одним из ключевых символов супрематизма, впервые представленным в творчестве Малевича, является черный квадрат. Из этой базовой формы были разработаны последующие композиции, от монументальной статики к динамичной форме черного круга, а затем квадрата, разрезанного пополам, образующего черный крест. Эти три формы легли в основу системы супрематизма. Однако, материализация метафизического подтекста этих трех фигур оказывается сложной задачей, особенно в контексте одежды. Тем не менее, многие дизайнеры до сих пор экспериментируют с идеями супрематизма на практическом уровне, достигая чистой геометрии, примером которого может послужить творчество Нарцисо Родригеса. Его известными чертами являются четкие и лаконичные линии кроя, а его эксперименты с контрастными цветовыми блоками неизбежно напоминают черный этап Малевича.

Одним из первых к работам супрематистов в своих коллекциях обратился Жан-Шарль де Кастельбажак. Всю одежду сезона осень/зима – 1992/1993 он построил лишь на ярких локальных цветах и простых формах.



Рисунок 3.8 – Жан-Шарль де Кастельбажак

Авангардный стиль в моде имеет гротескные элементы. Он отличается от традиционных стилей своей непредсказуемостью и эксцентричностью. Фантазия и реальность смешиваются в одежде авангарда, создавая уникальные и необычные образы. Авангардный стиль часто играет с пропорциями, формами и материалами, чтобы достичь драматического эффекта. Важно отметить, что в авангарде усиление и преувеличение являются ключевыми принципами, что делает его столь выразительным и запоминающимся.

Введение авангардного стиля в модный мир в 1960 году Пьером Карденом стало значимым событием для индустрии моды, поскольку он представил новые, экспериментальные и необычные дизайны, которые отличались от привычных традиций и стандартов моды.



Рисунок 3.9 – Коллекция Пьера Кардена в стиле авангард 1960 г.

Основные черты авангардного стиля: нестандартный силуэт, асимметрия; геометрия, игра форм; яркие цвета, смелые цветовые сочетания, контрастность; броские аксессуары, сочетание разных стилевых течений; необычные ткани, сложные фактуры.

Всех дизайнеров, которые на каком-либо этапе своей карьеры увлекались супрематизмом, и не перечислить: в этих стройных рядах в разное время побывали Jonathan Saunders, Roksanda, Issa, Peter Pilotto, Missoni, Marni, Versus Versace, Burberry, Parsons, Chanel, Miu Miu, Valentino, Lacoste и Ralph Lauren.



Рисунок 3.10 – Супрематизм в индустрии моды

Мода в стиле супрематизма характеризуется, прежде всего, абстрактными сочетаниями геометрических элементов. Недавно дизайнер Даша Гаузер представила свою коллекцию одежды в этом стиле, где преобладают яркие оттенки, острые углы и четкие геометрические формы.



Рисунок 3.11 – Коллекция Даши Гаузер

Принципы поиска новых структур в одежде, ярких акцентов и построения геометрических форм находят яркое воплощение в современном дизайне одежды. Эти приемы лежат в основе такого явления, как авангардизм, который стал выражением бунтарства, новаторства и неоднозначности в творческих поисках модельеров. Современный модный костюм характеризуется экстравагантностью, эпатажностью, раскованностью и ниспровержением традиционных норм и принципов, форм и методов художественного выражения, стремлением к открытости практически неограниченному новаторству. Такое развитие современной моды обусловило устойчивый интерес к изучению творчества художников-авангардистов, создающих уникальные и смелые модели одежды.

### **3.5 Абстрактное искусство как творческий источник в сфере рекламы**

Реклама играет важную роль в развитии современного дизайна, являясь относительно новым объектом для проектной деятельности и теоретических исследований. Важно отметить, что становление советского дизайна в 1920-е годы было во многом связано с разработками в области рекламы. Логотипы, эмблемы, рекламные плакаты, каталоги, этикетки, упаковки товаров, витрины, уличные рекламные конструкции, обложки книг и журналов и другие элементы составляют значительную часть творческого наследия конструктивистских дизайнеров.

Работы таких известных авторов как Эль Лисицкий, Любовь Попова, Александр Родченко, Николай Соколов, братья Стенберги, Варвара Степанова и другие, оставили заметный след в области рекламы. Их творчество свидетельствует о тесной исторической связи между отечественным дизайном и рекламой.

Конструктивизм остается актуальной темой для современных дизайнеров. Из этого движения вырос строгий порядок швейцарского стиля 1950-х годов и типографика «новой волны» 1970-х годов, которая пыталась изменить этот порядок. Образы конструктивизма эпизодически, но не случайно появляются в современном графическом дизайне. Самым интересным моментом в конструктивизме является его рациональность – это неотъемлемая его часть. Сочетание таких важных начал, как конструктивизм и рациональность, свидетельствует о целенаправленности обсуждаемой темы.



Рисунок 3.12 – Плакаты Родченко А.: «Госкино», 1924 год; «Выставка работ Маяковского», 1931 год

Как результат простого наблюдения за конструктивными объектами и сооружениями, становится очевидным, что конструктивизм является необходимостью и постоянной частью нашей повседневной жизни, и что без конструктивных принципов невозможно разрешить многие технические и художественные вопросы. Конструктивизм отверг традиционные представления об искусстве в пользу имитации форм и методов современных технологических процессов.

Конструктивизм приобрел большую популярность в плакатах 1920-х годов. Эксперименты с композицией, блоками текста, шрифтами, цветом, геометрическими фигурами и фотографическими изображениями привели художников к созданию плаката нового типа. Он не только информировал и агитировал, но и изменял сознание людей художественными средствами, освобождаясь от излишеств традиционной описательности и иллюстративности. Язык такого плаката был сходен с языком архитектурных и книжных экспериментов, литературных и театральных новаций того времени. 1924–1925 годы можно считать периодом зарождения конструктивистского политического плаката. Фотомонтаж позволял передать картину реальной жизни, сравнивая прошлое и настоящее страны, демонстрируя ее достижения в промышленности, культуре и социальной сфере.

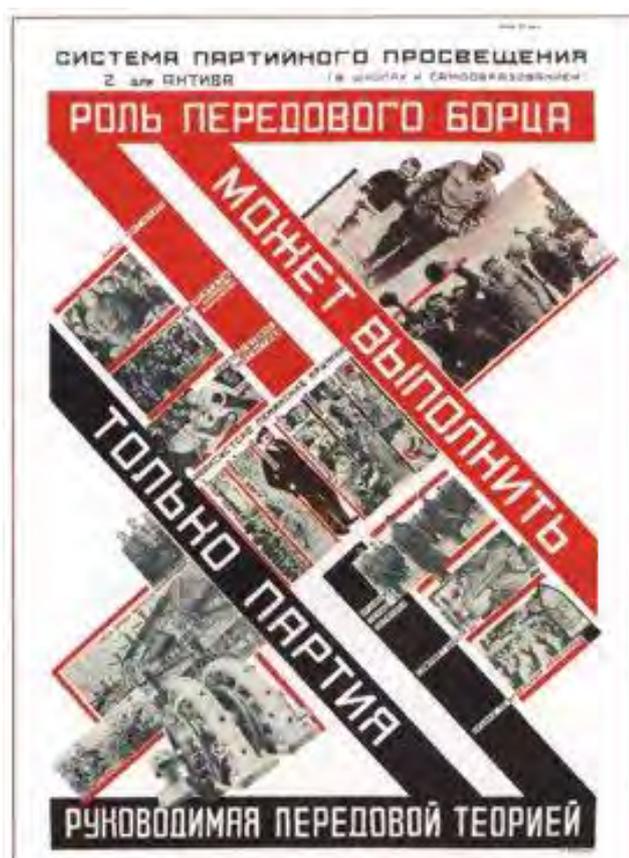


Рисунок 3.13 – Плакат 1927 год

На городских улицах, на фасадах зданий, на специальных стендах – каждый день мы сталкиваемся с множеством рекламных объявлений. Однако, особое внимание привлекает к себе яркий плакат, наследник советского афишного искусства, зародившийся в 1920-х годах. Тогда плакат был самым популярным видом графического искусства, выполнявшим задачи политической пропаганды или служившим средством рекламы, обучения и информации. Каждый такой плакат был напечатан крупным тиражом в типографии или создан вручную – и распространялся по всей стране, имея множество зрителей. Для того чтобы привлечь их внимание, плакат должен быть выразительным истинным произведением искусства.

В период становления советского плаката в 1920-е годы происходил эксперимент по формированию нового общества. Это время ознаменовалось ожиданием перемен, нищетой народа, однако происходил стремительный прогресс в промышленности, отсутствовала строгая цензура. Художники того времени отказались от устаревших канонов в искусстве, обрели свободу творчества и создали новое революционное искусство. Основной целью многих из них было внедрение искусства в повседневную жизнь, придание серым будням ярких красок. В это же время активно развивалось авангардное

движение, оказавшее значительное воздействие на развитие плакатного дизайна (абстракционизм, конструктивизм, супрематизм).

Малевич создал свою концепцию супрематизма, которая имеет философское значение. Супрематизм заключается в том, что зрительный поиск философских категорий и логической категории является важным. Благодаря изображению абстрактных фигур, можно найти универсальные закономерности и последовательности бытия в целом. Лисицкий разработал «Проуны утверждения нового» – композиции из геометрических фигур, которые впоследствии стали основой для фотографий, отражающих совершенно иной подход к искусству. В 1910-е годы фотомонтаж был основным способом художественного выражения. Нереалистичные фигуры и фотографические изображения переплетаются, что сбивает с мыслей, но в то же время поддерживает связь с реальностью.

Супрематические идеи Казимира Малевича нередко используют в рекламе. Рекламисты давно убедились, что успех продукта зависит от соотношения богатого содержания и лаконичной формы: чем глубже смысл, тем короче должна быть форма подачи. Когда пестрота красок и деталей наскучивает, дизайнеры берут на вооружение супрематические идеи творца «Черного квадрата» и создают эффектные рекламные постеры.

Емкий минимализм использован рекламным агентством Instinct, создавшим успешную рекламу для нидерландской компании IKEA «Малевич отдыхает», получившей широкий успех и награды.

Политическим партиям тоже приглянулись супрематические идеи Казимира Малевича. Так, российская партия «Правое дело» обновила свой логотип.



Рисунок 3.14 – Айдентика российской партии «Правое дело»

В сентябре 2010 года оргкомитет Сочи-2014 проводил конкурс народного творчества на лучший талисман Олимпиады. Одним из предложенных вариантов был красный «Квадрат».



Рисунок 3.15 – Вариант талисмана Олимпиады в Сочи-2014

Реклама в современном мире представляет собой сложное социальное явление, далеко шагнувшее за рамки вида трудовой деятельности человека. Она представляет собой не просто бизнес – а значительно более широкое явление, охватывающее или, по меньшей мере, оказывающее влияние на все сферы жизни общества. Самое большое влияние реклама оказывает на производственную сферу, она выступает орудием сбыта производственного товара. Не меньшему влиянию поддается социальная сфера, реклама выполняет коммуникативную функцию, соединяя интересы различных групп общества. Также стоит отметить нравственно-правовую сферу, цивилизованная реклама служит инструментом пропаганды эстетических и правовых норм в торгово-экономической деятельности. Нельзя не отметить влияние рекламы на культурно-образовательную сферу. Фактором, оказавшим глобальное влияние на рекламу в последнее время, можно назвать общества с технологической на новую, информационную, стадию.

Спрос на креативные решения в продвижении товаров и услуг растет быстрыми темпами по всему миру, делая креатив успешной отраслью экономики во многих странах, а креативная индустрия в последние годы, можно сказать, стала трендом глобальной экономики. Под креативным творчеством индустриями при этом понимают деятельность, основанную на культурных и творческих ресурсах, включая изобразительное искусство, кино, архитектуру, мультимедиа. Реклама, как составляющий инструмент маркетинговой коммуникации в этой индустрии, безусловно, занимает авангардные позиции, поскольку основана на особой интеллектуальной деятельности,

благодаря которой у брендов появляются конкурентные преимущества в краткосрочной перспективе.

Реклама повторяет достижения художественного авангарда с опозданием на 20–50 лет. Примеры тому на каждом шагу, к примеру, творчество художников-сюрреалистов 1920-х годов и реклама водки Absolut, перформанс 60-х годов и рекламные презентации 80-х годов, движущиеся скульптуры гигантских размеров и воздушные шары в виде бутылок. Сгорающие башни, странные движущиеся объекты, огромные копии привычных предметов – все это уже стало достоянием рекламы. Новые идеи создаются в пространстве без ограничений – в мире творческой свободы художника, а затем все его визуальные идеи используются в рекламе. Если полистать альбом Рене Магритта, можно заметить, что почти все его идеи использованы в рекламе.

Люди склонны все новое подгонять под старые схемы. Вырвать сознание зрителя из предлогов обыденного, оставить новое впечатление, выделиться из толпы – в этом сходятся задачи рекламы и искусства. Есть и другие, такие как, к примеру, преодолеть культурные и национальные барьеры, достичь эффекта минимальными средствами. Иногда эффект достигается жестким способом, но смелость поступка сама по себе вызывает уважение, – этим пользуются художники и политики. В отличие от художественного авангарда реклама всегда несколько проще. Если восприятие произведения искусства требует некоторого усилия, в рекламе это усилие должно быть тщательно дозировано. Рекламисты давно убедились, что успех продукта зависит от соотношений богатого содержания и лаконичной формы, чем глубже смысл, тем короче должна быть форма подачи. Супрематические идеи Казимира Малевича нередко используют в современной рекламе. Когда пестрота красок и деталей наскучивает, дизайнеры берут на вооружение супрематические идеи творца «Черного квадрата» и создают эффективные рекламные постеры.

Так, эстонское агентство *Vatson & Watson / Y&R* при создании своих постеров для торгового центра *Viru Keskus* использовало супрематические фигуры. Простые черные и красные круги и квадраты отлично иллюстрируют суть шопинга в торговом центре.

А вот, знакомые крестьянские мотивы на упаковке быстрой смеси хлопьев из пяти злаков «Мистраль».



Рисунок 3.16 – Хлопья «Мистраль»

В 2005 году рекламное агентство Primary Saatchi & Saatchi разработало имиджевый проект «Mazda – шедевр» для компании ИП «Холли Авто», официального представителя Mazda в Беларуси. Дизайнеры создали ряд рекламных постеров, опираясь на мировые шедевры живописи. В проекте, также была работа Казимира Малевича «Красная конница».



Рисунок 3.17 – Реклама на основе полотна «Красная конница»  
К. Малевича

Всемирно известные компании время от времени тоже обращаются к классике искусства. Так, торговая марка Lipton в июне 2019 года выпустила ограниченную серию чая в банках с супрематическими мотивами. Во времена русского авангарда появилась идея, что искусство может быть тиражируемым. Принты Поповой и Степановой печатали на одежде, афиши Маяковского и Родченко висели на досках объявлений, а в музеях можно найти четыре «Черных квадрата», созданных лично Малевичем и его соратниками. Этому принципу сегодня и следует высокая мода и новый дизайн холодного чая Lipton.



Рисунок 3.18 – Упаковки для чая Lipton

## **4 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИДЕЙ ВИТЕБСКОГО АВАНГАРДА В ДИЗАЙНЕ ГРАФИЧЕСКОМ**

### **4.1 Организация визуальных коммуникаций в рамках учебных проектов с использованием идей витебского авангарда**

Графический дизайн как основной компонент организации информационной среды общества постоянно находится в движении к доступности визуальных сообщений, адекватности содержания и визуальной экспрессивности, психоэмоциональному воздействию на человека, целевую аудиторию, сообщества. Семиотика рассматривает любое визуальное сообщение как вербальное, так и изобразительное, как текст, у которого есть свой язык, на котором данное сообщение передает информацию. На фоне исследований в области визуального дизайна пристальное внимание к пионерам авангардизма сегодня не кажется чрезмерным, многие найденные ими принципы в области экспериментов абстрактного языка, геометризации и структуризации композиции в плоскости и пространстве, цвета и ритма, масштаба и ракурса стали основополагающими в дизайне в целом, и в графическом дизайне, в частности [43].

Термины – авангард, супрематизм, УНОВИС, Малевич, Лисицкий для витебских студентов не просто слова из истории искусств, а реальность, помогающая освоить профессиональный опыт визуального дизайна. Включение в семестровые задания по дизайн-проектированию в рекламе и РВМ тем УНОВИС и АВАНГАРДА в разных контекстах для специальности «Дизайн коммуникативный» кафедры дизайна и моды факультета дизайн УО «ВГТУ» дает возможность погружения в нее через анализ, осмысление и практику.

Острая и актуальная до сих пор тема создает студентам особое настроение для ее проектного решения, стимулирует активные поиски, задает высокую планку. И творческий потенциал студентов «растет» вместе с постижением, переосмыслением всего того, что дало беспредметное искусство Витебского ренессанса.

Плакаты Пиловца Павла к 90-летию УНОВИСа также созданы в рамках «смеховой» эстетики по отношению к явлению Витебской художественной школы, в них просматриваются черты современной символики и брендов.



Рисунок 4.1 – Плакаты Павла Пиловца к 90-летию УНОВИСа

УНОВИС каждому студенту задает много вопросов и каждый решает их по-своему, победив иногда даже свое нежелание, ведь кому-то кажется, что при повторении проектов каждый год, появляются шаблоны, однако каждый год приходит новая планка, иногда она может носить и смеховой характер, например, как у Артема Ячменева, где выкрашенная белым сковорода с оставленным черным квадратным полем вопрошает: УНОВИС доколе? Иногда это трагичная нота как у Юры Ледяна: черный квадрат с черной ленточкой, или утверждение/вопрос: черный квадрат черному квадрату рознь, написанный черным по черному.

Так сложилось, что подходят студенты к этой теме во время весеннего семестра на 4 курсе, уже получившими знания по своей профессии, сформировавшиеся, но в тоже время еще совсем юными и открытыми всему новому. Тема по проектированию этого семестра – организация информации в городской среде. Следовательно, информационная поддержка УНОВИСа точно ложится в заданное русло проектных заданий, т. к. именно «учредители/утвердители» стремились вынести искусство на улицы, стены домов, трамваи. Весь город был для них трибуной нового искусства. А для наших студентов проект становится мостом, соединяющим время, опытной площадкой внедрения геометрических форм в пространство города, продолжением традиций, визуальным экспериментом. С точки зрения графического дизайна, принципы супрематизма и конструктивизма внесли

потрясающие открытия в графический дизайн, типографику, плакат, коллаж, в само понятие организации информации. Представителями авангарда были заново открыты значения диагонали, ритма, пространства, движения, борьбы геометрических форм, их членения и пр. Беспредметность выступает как метод и средство создания сообщений, это вызов «общепринятому» мнению визуализации смысла в рекламе и дизайне. Основой изображения стали чистые формы, как начало (и конец) всего.

Студенческие дизайн-проекты с одной стороны решают задачу визуализации и пропаганды идей УНОВИСа для широких кругов общественности и одновременно, с другой стороны, студенты изучают, проникаются идеями своих предшественников, глубже понимают идеи и сущность дизайна [44].

Если проследить историю темы, то, в первую очередь, нужно сказать о проекте Влада Волкова, еще в 2000 году, предложившим сделать улицу Правды, ее часть от Ленина до Калинина (сегодня улицу Шагала) полностью супрематической, конструктивными элементами этой картины, по замыслу автора, должны были стать сами дома – красный, черный, белый, желтый, фоном – тротуар и небо. Эффект должен быть удивительным: создание впечатления материализации плоских супрематических полотен в пространстве города. Улица может стать памятником супрематизму и посещаемым туристическим центром, где могли бы продаваться сувениры: супрематические календари и открытки Кати Жукович, и информационные кубики Виктории Лебедевой, каждый из которых рассказывает о художниках объединения УНОВИС и их работах, супрематические шашки Марины и Ирины Коска.



Рисунок 4.2 – Игра посетителей выставки «Портрет города» в ВЦСИ в супрематические шашки Марины и Ирины Коска

Достаточно объемным для кафедры был проект «УНОВИС», который нашел свое отражение в дипломной работе Насти Шутиковой. В работах группы студентов произошло не только осмысление величины явления супрематизма и его влияния на современный дизайн, продолжение традиций УНОВИСа в последующих направлениях искусства, но и выявление новых аспектов и возможностей. Важной составляющей проекта явилась и личностная мотивация студентов, способность ярко и даже с юмором раскрыть принципы деятельности «учредителей нового искусства» в современной жизни.

Таким проектом стала совместная работа четырех студенток – Ковалевой А., Шутиковой А., Лазаренко А. и Коноваловой А. Представить 85-летие УНОВИСа они предложили в виде перформанса на гала-вечеринке. Защита проекта на экзамене проходила в виде перформанса с использованием двух объектов по 9 кубов, меняющих грани и создающих новые визуальные ситуации. Одежда студенток, цвет, динамичные движения, подчеркнута фиксированные положения тел вместе с супрематическими объектами (кубами) – яркое зрелище, которое может быть реальной концепцией для молодежной вечеринки или спектакля.



Рисунок 4.3 – Страницы из альбома, посвященного проекту УНОВИС-85, дипломная работа Анастасии Шутиковой

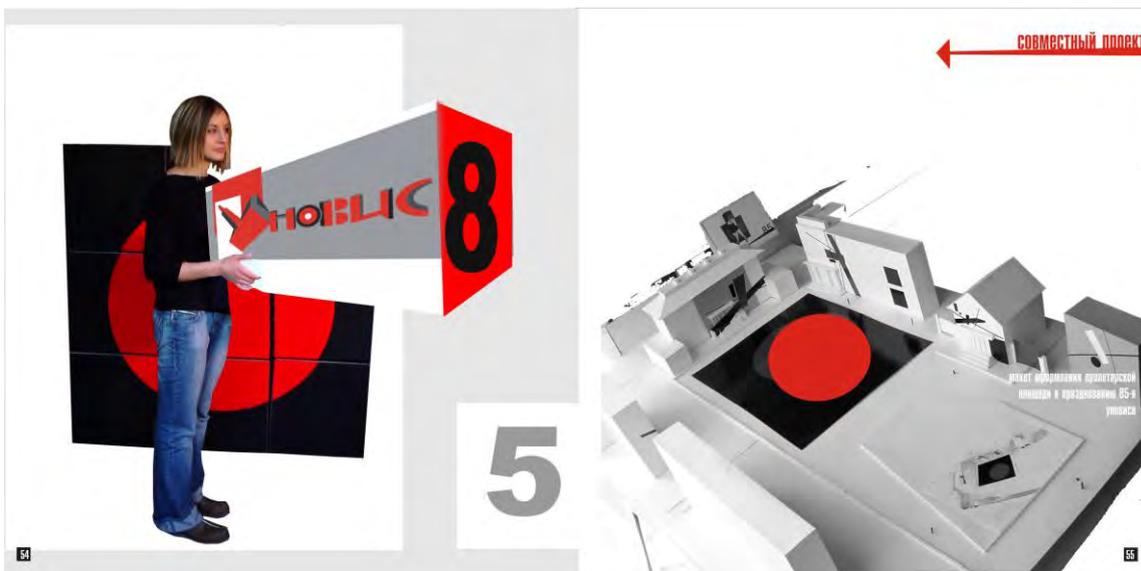


Рисунок 4.4 – Объекты из проекта УНОВИС-85

Важным стал и образовательный аспект, привлечение массового зрителя к пониманию и осознанию важности школы УНОВИСа. В проекте Натальи Гончаровой использовались идеи поп-арта для представления основных супрематических элементов. Квадрат – квадратные часы, окно и т. д. Треугольник – кусочек сыра, зонтик... Это искусство, понятное широкому зрителю, привычные объекты, привлекательные в своей естественности, обладающие геометрией чистых форм.

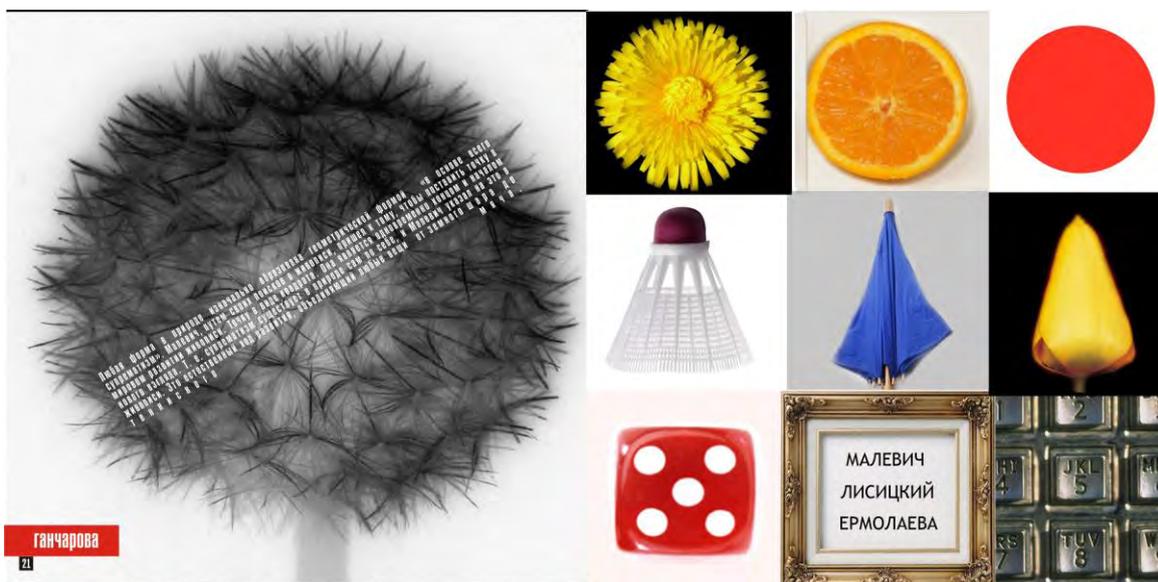


Рисунок 4.5 – Проект Натальи Гончаровой, УНОВИС-85

В проекте Натальи Глыздовой присутствует элемент иронии и игры – поиск квадрата как первоформы в окружающем мире. Наташа

находит квадрат на юбке шотландца и в компьютерных изображениях, где оказывается, что пиксель, как основание любого цифрового изображения, – также квадрат! Это осознание роднит супрематизм с современностью и является актуальным для молодого поколения.

Авторский же проект О. Козыревой полон юмора. Вольно, одев на главную героиню красные очки, вполне в духе Малевича она обращается с образом Венеры Милосской. Этот проект вполне может стать визуальным сообщением о фестивале, лекции о творческих исканиях и философии Казимира Малевича.



Рисунок 4.6 – Проект Ольги Козыревой, УНОВИС-85

Проекты студентов не только дополняют друг друга, они соединяют время и поколения. Удалось создать ощущение личной причастности к процессам культуры в динамике времени.

Возвращение Малевича в Витебск, в андеграунд через граффити на некоторые исторические памятники, знаковые места, связанные с историей УНОВИСа и просто на улицах Витебска. Появление портрета Малевича рядом с современными граффити и трафаретами – немножко хулиганства и современной трактовки явления супрематизм – УНОВИС – черный квадрат и т. п.



Рисунок 4.7 – Проект айдентики Витебска Павла Пиловца, второе место в номинации «Фирменный стиль» в международном студенческом конкурсе Post It Awards-2011 (тема «Город»)

Эксцентричные выходки в последствии могут вырасти в настоящую айдентику, которая будет выражаться в печати трафаретов на официальных сити-форматах города. Пока же это просто способ познакомить широкую публику с именами Малевич и УНОВИС. Подобные провокационные граффити могут вызвать интерес у граждан и властей, и заставят обратить внимание на данный культурный пласт города и более широко осветить его. Работа Павла завоевала второе место в номинации «Фирменный стиль» в международном студенческом конкурсе Post It Awards-2011 (тема «Город») и участвовала в показе конкурса на Тверском бульваре в Москве.

Доминирующей темой проектов стала разработка арт-объектов, образность которых усиливается через выход в объем, в третье измерение. Это и известный в городе портрет Малевича, который был продемонстрирован на студенческой Арт-сессии, где смог привлечь к себе всеобщее внимание.



Рисунок 4.8 – Арт-объект «Портрет Малевича»

Проект «Пять в кубе», успел прожить длинную художественную жизнь: выставка *Gaudeamus*, проект «Постулат» в Минске, участие в Ночи музеев в Вильнюсе, Варшаве и Таллине. Неплохой результат творческого решения трех студентов Антона Волкова, Максима Лащевского и Владимира Крутова. В проект входят 3 объекта – стул «Эль Лисицкий», стул «Малевич» и стул *Tabula rasa*.

Работы выдержаны в цветах архетипической триады: белый, чёрный и красный. Чёрный «Малевич» символизирует не только конкретную работу и стиль автора – это дань символу целого направления в искусстве и дизайне, которое властвовало и властвует в умах художников и дизайнеров в XX и XXI веках. Зеркальная поверхность черного куба позволяет отразить взгляд смотрящего, его оценку супрематизма. Красный куб – «Эль Лисицкий». Лисицкий знаковая фигура в рядах конструктивистов, использование элементов футуристического стиля в красном стуле определяет его динамику и символичность. Белый – *Tabula rasa*, символ всего неоткрытого и неизвестного. Три куба в одном, три идеи, скрытые по времени от глаз. Чёткие белые грани как края белого листа бумаги, готового к трансформации, к воплощению на нём замыслов художника. «Вещь в себе».

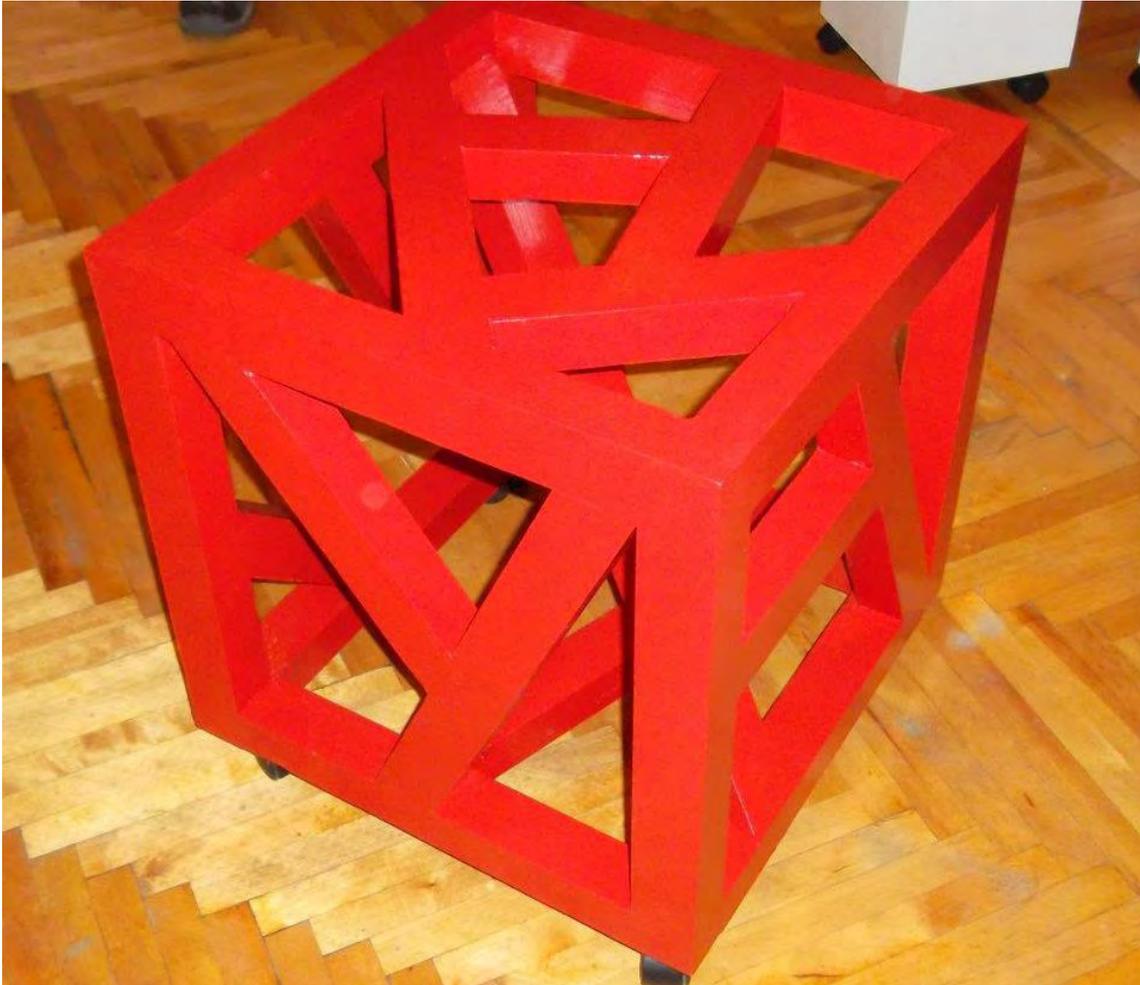


Рисунок 4.9 – Арт-объект Куб Эль Лисицкий

Арт-объект «Дверь УНОВИС». Трудно о нем сказать точнее и глубже, чем сделала это Настя Новикова, одна из участниц проекта: «Объединение «УНОВИС», созданное Казимиром Малевичем, напрямую связано с супрематизмом. Опыт прошлого полностью отвергался ими. В поиске уникальной художественной концепции Малевич сделал первый шаг в пустоту – в беспредметную реальность. Он открыл супрематический «портал», где нет ни линий, ни дорог. В то время, когда физики-теоретики несмело приближались мыслью о космическом вакууме, как одной физической реальности, художник уже шёл вперед, путешествуя в пустоте. Наш арт-объект навеян стремлением узнать, что находится по ту сторону двери».



Рисунок 4.10 – Арт-объект Дверь

Тема проекта «Супрематизм консервированный» Ксении Дулебенец – сувенирная продукция, решена она с известной долей юмора и иронии – запечатанные кубики в трехлитровых банках воспринимаются как буквально, так и в переносном смысле – супрематизм, запечатанный во времени.



Рисунок 4.11 – Сувениры «Супрематизм консервированный»

Реклама УНОВИСа на транспорте и билбордах выступает как элемент брендинга города. Проект Марии Шишковой впечатляет своей масштабностью и силой воздействия. Это очень важный фактор даже помимо конкретного содержания в рекламных носителях. Главным «героем» этих плакатов стали объемные буквы как олицетворение движения УНОВИС, эти элементы несут в себе как вербальный, так и формальный смысл через их формообразование.



Рисунок 4.12 – Реклама УНОВИСа как элемент брендинга города

## 4.2 Сувенирная продукция

Летняя практика студентов специальности «Дизайн коммуникативный» проводится с целью закрепления навыков графического представления проектных материалов, реализации графических проектов в реальной рекламно-информационной среде для знакомства студентов с условиями и направлениями будущей профессии профессиональной деятельности, технологическими процессами и способами графической организации информации, методами и подходами к решению проектных дизайн-задач. В ходе ознакомительной практики студенты посетили главные достопримечательности г. Витебска по маршруту «Витебск туристический», выполнив ряд фотографий и зарисовок, которые легли в основу графических интерпретаций для различных видов сувенирной продукции. При разработке сувенирной продукции за основу были взяты образы малознакомых, но значимых мест города, или широко известные туристические объекты.

Одним из способов создания сувенирных открыток является выполнение авторской графики, на основе которой в дальнейшем строится серия. Студентом Павловской Е. выполнена серия графических работ – портреты нашего земляка, М. Шагала в разные периоды его жизни.



Рисунок 4.13 – Графическая переработка портретов М. Шагала.  
Студент Павловская Е. И.

На основе этой переработки были выполнены трансформации полученных изображений в черно-белую графику с использованием в качестве фоновых цветов основных цветов супрематизма.



Рисунок 4.14 – Закладки с изображением переработок портретов М. Шагала. Студент Павловская Е. И.



Рисунок 4.15 – Открытки серии «Витебск туристический» с элементами картин супрематизма и ретро-фотографиями города Витебска. Студент Черная А. С.

Студентами были предложены эскизы сувенирной продукции: кружки, сумки, майки, упаковки, отражающие дух Витебской художественной школы.



Рисунок 4.16 – Сувенирные изделия. Студент Аниськович Я. А.

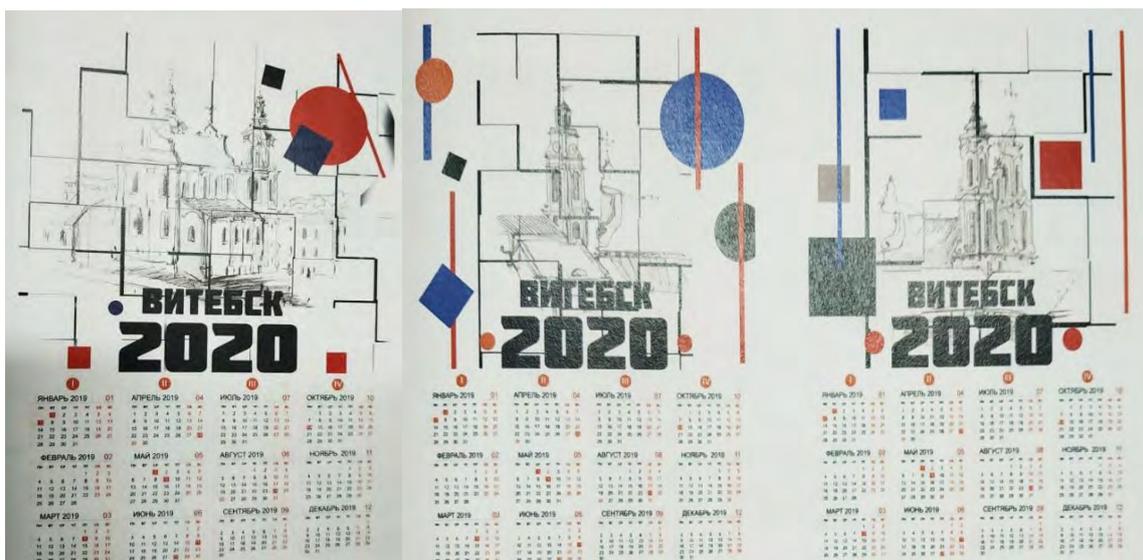


Рисунок 4.17 – Календари серии «Витебск туристический». Студент Аниськович Я. А.



Рисунок 4.18 – Серия открыток, посвященная учебным заведениям города Витебска. Студент Сякина А.

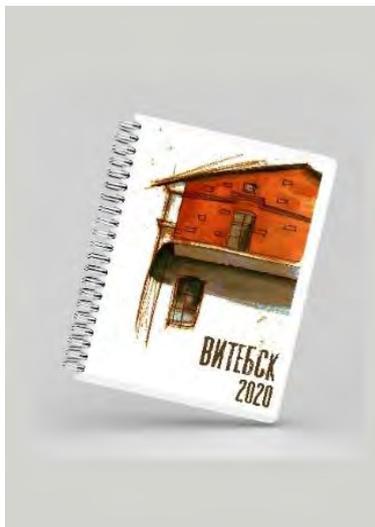


Рисунок 4.19 – Сувенирная продукция. Студент Кохонова А.

### **4.3 Рекламно-информационная поддержка события, посвященного 100-летию юбилею УНОВИС «#SUPREMШТОРМ. НОЧЬ»**

#### **4.3.1 Арт-событие «#SupremШторм. Ночь»**

Кураторы арт-проекта – режиссер молодежного театра «Колесо» Центра культуры «Витебск», руководитель проекта «#SupremШторм. Ночь», Влада Цвики; доцент, член совета Белорусского союза дизайнеров, Наталья Тарабуко; профессор доктор искусствоведения, автор научного проекта «Малевич. Классический авангард. Витебск», Татьяна Котович.

Актуальность данного проекта высока, так как «#SupremШторм. Ночь» проводится в честь основания УНОВИСа в рамках программы мероприятий города Витебска и Беларуси к этому знаменательному событию. Арт-событие проводится вечером в концертном зале «Витебск», в котором находится самая крупная крытая сценическая площадка нашего города. Центр культуры, проводящий данное мероприятие, сегодня является крупнейшим европейским фестивальным центром, ведущим в Республике Беларусь учреждением культуры в области организации фестивальной, концертной деятельности, а также мероприятий социально-культурной направленности. Арт-событие «#SupremШторм. Ночь» объединяет художников, дизайнеров, перформеров, музыкантов, диджеев, авторов, артистов, кинорежиссеров, фаерщиков. На протяжении всего вечера в ложе концертного зала «Витебск» проходит арт-баттл – футуристический проект «Победа над солнцем». Это марафон художников из разных стран, где творцы создают конкурсные работы на тему, связанную с первым актом творения малевического УНОВИСа в Витебске. Итоги этого соперничества в 2020 году подвело международное жюри, в числе которых была внучатая племянница Казимира Малевича, Ивона Малевич. В рамках мероприятия представлена инсталляция-перформанс «Измерение Малевич», созданная молодежным театром «Колесо» и студентами Витебского государственного технологического университета. Инсталляция представляла арт-объекты, посвященные Витебскому народному художественному училищу и его главному представителю – Казимиру Малевичу. В центральном фойе – представление супрематического неБалета. Это ассоциация с супрематическим балетом, показанным в феврале 1920 года в один вечер с футуристической оперой «Победа над солнцем», тоже ставшим точкой отсчета авангардных идей в Витебске. Метамодерническое представление «Уна Дочь Казимира» – это выход за пределы супрематических форм в области чистой метафизики, где

душа дочери Малевича оживает вместе с его витебской работой. Актеры здесь перевоплощаются в арт-объекты, действующие в системе супрематизма. Завершение мероприятия – арт-фейерверк «FIRE.CODA», как сам дух супрематического «фейерверка», центральной фигурой которого, стала огненная инсталляция витебского художника Василия Васильева.

Идея рекламно-информационной поддержки арт-события «#SupremШторм. Ночь» состоит в том, чтобы показать, что идеи супрематизма актуальны и сегодня, его возможности в дизайне и трансформация в современную культуру не ограничены. Свобода творчества и развитие идей в искусстве заложены в программе УНОВИС, как свободных творческих мастерских в Витебском народном художественном училище [45].

Целью проекта являлось создание концепта айдентики для арт-события «#SupremШторм. Ночь», разработка знака мероприятия, рекламных плакатов, афиш и листовок, приглашительных билетов, сувенирной продукции и др. сопутствующих печатных материалов и визуализация рекламы в социальных сетях. Важной составляющей проекта является анализ фирменных стилей мероприятий, в которых преобладают активные супрематические идеи и концепты.

Арт-событие «#SupremШторм. Ночь» вызывает большой интерес в культурной жизни Витебска и гостей из разных стран мира благодаря интересу к идеям Супрематизма и УНОВИС, а создание современной дизайн-программы айдентики этого события позволило поддержать и активизировать этот интерес и создать цельное впечатление об этом уникальном событии.

#### **4.3.2 Брендинг и фирменный стиль**

Рекламно-информационная поддержка арт-события, посвященного 100-летию юбилею УНОВИС «#SupremШторм. Ночь», как и любого другого значимого мероприятия, строится на основе концепта образа/бренда продукта. Бренд включает в себя больше, чем просто понятие фирменного стиля. Тема бренда при создании айдентики и рекламной поддержки любого проекта – это самый важный аспект. Как сказал американский дизайнер Пол Рэнд: «Дизайн – молчаливый посол вашего бренда». Брендинг зависит не только от эстетических особенностей элементов бренда, но и от таких деталей как, концепт и эмоциональная привлекательность. Чтобы создать надлежащую фирменную айдентику, дизайнерам необходимо углубиться в детали бизнес-целей, а также провести исследование рынка и целевой аудитории.

Процесс создания брендинга можно подразделить на несколько этапов. Один из них – это определение цели и индивидуальности бренда. Дизайнер не ставит цели компании или какому-либо проекту и не определяет индивидуальность бренда, но, тем не менее – это основа всего процесса брендинга. Для получения ожидаемого результата, необходимо в самом начале иметь приоритеты и ценности для того, чтобы, работая над созданием бренда, видеть в какую сторону двигаться.

Портрет целевой аудитории: в первую очередь – студенты. Хотелось как можно больше привлечь внимание молодых людей возрастной категории от 18 до 25 лет, задачей было привлечь как студентов художественных специальностей, так и тех студентов, кто не знает что такое супрематизм и УНОВИС и их историю. Современные студенты, как известно, относятся к так называемому поколению миллениалов, у данного поколения есть ярко выраженная тенденция «быть не таким, как все» и при этом как можно ярче «выделиться из толпы». Данное поколение также характеризуется вовлеченностью с юного возраста в цифровые технологии, из-за этого фактора, мероприятие «#SupremШторм. Ночь» активно рекламировалось в социальных сетях и некоторых сайтах. В проекте «#SupremШторм. Ночь» помимо студентов, также приняли активное участие дизайнеры и художники города, возрастная категория которых от 30 до 65 лет.

Конкурентов у данного проекта просто нет, так как подобное событие в Витебске является своего рода пионером в этом направлении. Подобные мероприятия, такие как арт-баттл, выступления ходулистов молодежного театра «Колесо», битва диджеев уже были, уникальность данного мероприятия, в первую очередь в том, что все эти отдельные мероприятия с огромным количеством участников были объединены в один проект.

Работа над проектом охватывает разработку логотипа, фирменного блока, фирменного цвета, фирменного комплекта шрифтов, разработку макетов носителей фирменного стиля: деловая документация, рекламная полиграфия, элементы наружной рекламы.

### **4.3.3 Выбор креатива и его обоснование**

Задачей рекламно-информационной поддержки проекта посвященному 100-летию юбилею УНОВИС является создание брендинга для проекта «SupremШторм. Ночь», создание имиджа проекта и его узнаваемости, стимулирование интереса целевой аудитории к данному мероприятию. В основу ключевой идеи легла трансформация супрематизма сквозь время, его современность и

актуальность в дизайне [43].

Для проекта разработано несколько концепций. Первая концепция, основой которой стал градиент внутри геометрических фигур. Разные цветовые переходы и градиенты дают определенный ряд ассоциаций, оно как-бы беспредметное ощущается эмоциями. На mood-board, разработанного к данной концепции, можно увидеть слева аналоги, благодаря которым эта концепция появилась, справа знаки и цветовую гамму. После изучения работ художников супрематистов, которые в основном имели плоскостное изображение, появилась мысль перевести это изображение в объем.

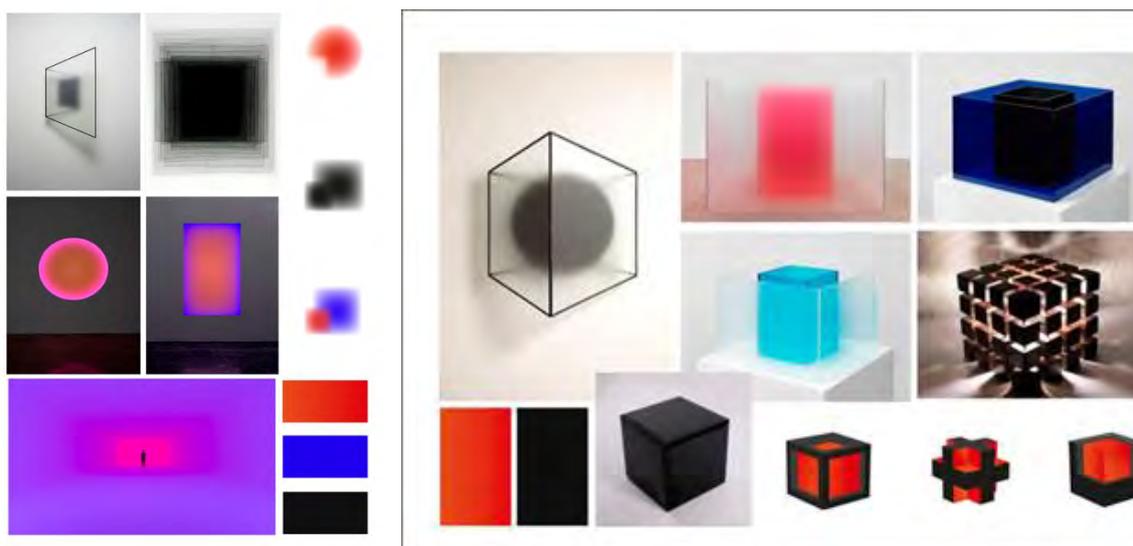


Рисунок 4.20 – Концепции на основе градиентов и объемных проунов

На разработку следующей концепции повлиял Эль Лисицкий, ведь, как известно он перевел супрематизм из плоскости в объем проунов. Основной идеей данной концепции стал объемный куб или крест с «горящей идеей» внутри. На mood-board представлены аналоги, иллюстрирующие данную рабочую концепцию, внизу расположены три разработанных знака и цветовая гамма концепта.

На разработку третьей концепции повлияла работа И. Чашника «Супрематизм» 1923 г. Данная работа подсказала идею о «горящем супрематизме» и сияющем концепте проекта. Основой в логотип и концепт проекта легли геометрические фигуры такие, как круг, крест и квадрат, основные фигуры супрематизма. При создании логотипа были использованы элементы работ К. Малевича. Данная концепция «сияния» как нельзя лучше отобразила идею проекта «#SupremШторм. Ночь».

На mood-board представлены аналоги, иллюстрирующие данную рабочую концепцию, внизу расположена цветовая гамма концепта, в центре логотип.



Рисунок 4.21 – Концепция сияния

#### 4.3.4 Процесс проектирования визуальных коммуникаций

Проектирование представляет собой сложный, многогранный процесс, который включает в себя такие этапы, как определение задач и целей проекта, изучение большого блока данных об объекте, проведение анализа целевой аудитории, поиск креативного решения и разработка дизайн-концепций проекта, выбор наиболее подходящего решения и проектирование оригинал-макетов элементов фирменного стиля проекта [37].

Создание фирменного стиля для «#SupremШторм. Ночь» включает в себя:

- разработку логотипа;
- выработку единой концепции фирменного стиля;
- определение цветовой гаммы фирменного стиля;
- подбор фирменных шрифтов;
- проектирование элементов фирменного стиля.

Логотип создается для идентификации проекта в честь 100-летия УНОВИС «#SupremШторм. Ночь», его задача – быть узнаваемым и

запоминающимся.

После тщательного анализа вариантов знаков, было принято решение максимально приблизиться к супрематическим образам. Так, за основу формы изобразительного знака были взяты элементы работ Казимира Малевича, которые имеют свое символическое значение.



Рисунок 4.22 – Квадрат, круг и крест К. Малевича

Черный квадрат К. Малевича, созданный в 1915 году, является одной из самых обсуждаемых и самых известных картин. Черный круг – символ беспредметной живописи, которую Малевич назвал супрематизмом. Черный крест – составлен из четырех квадратов, находящихся друг на друга, образуя в центре еще один квадрат. Крест и квадрат одни из самых древнейших символов, квадрат во многих культурах означает земное начало, четыре стороны света, четыре стихии, сама Земля. Квадрат – стабильная устойчивая форма. Крест – вертикаль, символизирует небо, а горизонталь – землю. Также крест символизировал огонь, единство земного и духовного начала.

Для максимальной передачи характера мероприятия, посвященному юбилею УНОВИС данные геометрические фигуры подходили как нельзя лучше. Объединение круга, креста и квадрата в одном логотипе, послужило своеобразной отсылкой к объединению УНОВИС. Три геометрические фигуры, объединенные в одном пространстве, символизируют супрематизм, Малевича и УНОВИС. Разработанный логотип, стал основным во время проведения мероприятия «#SupremШторм. Ночь». Верхнюю правую часть логотипа занимает уникальное шрифтовое написание «Витебск, УНОВИС, Малевич», шрифтовой блок предстает в виде «четвертого квадрата» гармонируя, таким образом, с графическими элементами. Также был разработан вариант логотипа на латинице.



Рисунок 4.23 – Чистовой логотип на кириллице и латинице

В проекте айдентики «#SupremШторм. Ночь» использована одна гарнитура Montserrat в разном начертании. Montserrat – шрифт гротеск, с приблизительно одинаковым соотношением высоты и длины символов. Данный шрифт имеет все варианты начертания, от ультратонкого до экстражирного, в том числе и соответствующие курсивы. Благодаря своей универсальности, гарнитура Montserrat позволяет экспериментировать с толщиной линий, в следствие чего, можно увеличивать или уменьшать его контрастность, что было применено при создании айдентики для арт-события «#SupremШторм. Ночь».

Шрифт Montserrat представлен как на кириллице, так и на латинице. Гарнитура максимально читабельна, ее хорошо использовать для создания эмоционально-насыщенных шрифтовых блоков.

Для арт-события «#SupremШторм. Ночь» были разработаны пригласительные билеты, афиши, листовки, сертификат участника и победителя, значки, кружки, магниты, брелоки, чехлы для телефона, сумка-шоппер, костеры под чашку.

Дизайн афиш для проекта «#SupremШторм. Ночь» яркий и запоминающийся. Для арт-события было разработано семь афиш. Одна из них главная, обобщает все события, четыре афиши сделаны к конкретным мероприятиям в проекте, и еще две афиши представлены в виде паттерна с логотипом в верхнем углу.

На главной афише располагается информация о мероприятиях, которые будут представлены в арт-проекте «#SupremШторм. Ночь». Также присутствуют время и основные пояснения арт-события, логотип ГЦК, основной логотип проекта и логотипы спонсоров мероприятия. Каждая из разработанных афиш имеет одинаковую сетку при верстке и уникальный фон, который характеризует конкретные мероприятия в

рамках арт-события. Для «кофе-квест», а это единственная афиша, в фоне которой нет графических элементов в виде круга, квадрата и креста, расположилось супрематическое сердце, которое излучает свою энергию и сияние. Такой фон выбран благодаря тому, что мероприятие проводилось в ночь с 13 на 14 февраля, а как известно 14 февраля – это день всех влюбленных. Этот праздник послужил идеей супрематического сердца и слогана, который присутствует на афише «Раздели ночь с 13 на 14 февраля». Помимо «кофе-квеста» на афише есть информация о киномарафоне и антикафе.

На фоне остальных афиш расположены графические элементы, которые присутствуют и в логотипе. Для основной афиши, Fire.Coda и афиши для арт-баттлов artist vs artist, dj vs dj – основой фона стало изображение круга. У каждой из афиш круг был свой, где-то менялась подсветка, где-то эффекты в виде волн, которые окутывают круг как шторм, также менялось и преобладание красного или синего цветов. Квадрат стал основой фона к мероприятиям #Suprem\_Poster, «Измерение\_Малевич», графический элемент расположен под углом в 50 градусов с яркой красной подсветкой и синим сиянием. Крест – основной графический элемент фона афиши «Уна дочь Казимира», здесь полное отсутствие красного цвета, за исключением логотипа ГЦК, все остальные элементы выполнены на синих оттенках. Последние две афиши – это паттерн, состоящий из элементов логотипа. Такая афиша послужила фотозоной для потенциальных посетителей арт-события. Снизу все афиши имели одинаковый информационный блок и симметрично расположенные логотипы, и название арт-события сверху.

При расположении афиш на рекламной конструкции, была выбрана определенная последовательность их размещения, чтобы добиться максимально гармоничного звучания.

Афиши получились яркими, но не кричащими, привлекли внимание многочисленных прохожих. Все исполнено в едином выдержанном стиле. В дальнейшем главная афиша была доработана. При ее выполнении преобладал плакатный стиль и идея космизма. Центральный круг стал более объемным, словно планета, в фоне появились более контрастные синие и красные пятна. Был изменен принцип верстки, появились вертикальные надписи. Таким образом, афиша стала более современной.



Рисунок 4.24 – Расположение афиш на рекламной конструкции

При разработке листовок для проекта «#SupremШторм. Ночь» за основу формата выбран квадрат, они также могли использоваться как флайеры. В графической составляющей также остались элементы с фона афиш, но были добавлены контрастные белые, синие и красные пятна, что значительно освежило изображение. Логотип представлен в динамической айдентике. На листовках представлены отдельные мероприятия арт-события – это супрематический неБалет «Уна дочь Казимира», огненное шоу Fire.Coda и арт-объект Василия Васильева, арт-баттлы artist vs artist, dj vs dj, а также «кофе-квест».

Дизайн сувенирной продукции был разработан на основе логотипа проекта и паттерна состоящего из элементов логотипа. Паттерн представлен в трех вариантах на черном, синем и белом фоне. Изменялось также расположение графических элементов относительно

друг друга, из которых он состоит. Данные паттерны использованы при разработке дизайна принтов на кружках и сумках-шоппер. На сумках, помимо изображения паттерна, внизу присутствует надпись слогана проекта «Витебск\_Малевич\_УНОВИС».



Рисунок 4.25 – Кружки и сумки-шоппер для «#SupremШторм. Ночь»

Принты для костеров под чашку состояли как из паттерна, так и из увеличенных элементов логотипа. Таким образом, из трех костеров можно было собрать логотип арт-события или же, составив их в один ряд, получить триптих Малевича «Крест, круг, квадрат». Это своеобразный игровой момент.

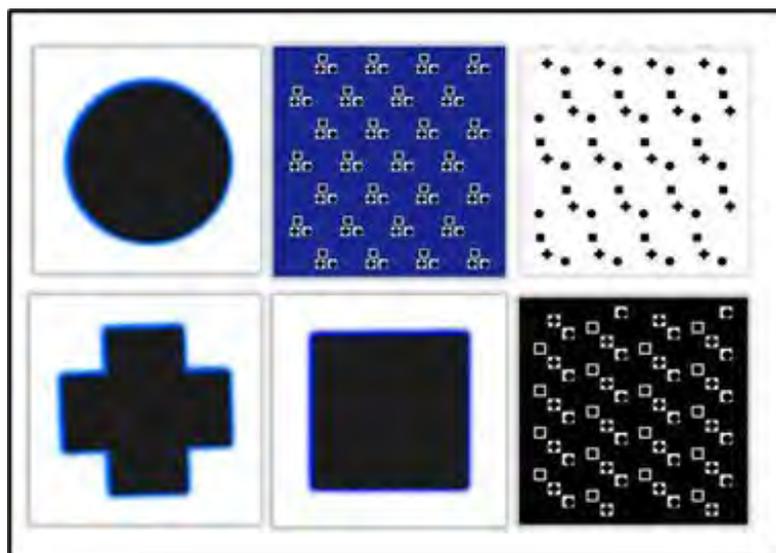


Рисунок 4.26 – Костеры под чашку для «#SupremШторм. Ночь»

Приступая к разработке дизайна значков, хотелось сделать их особенно интересными и необычными. Стандартные круглые значки вряд ли бы привлекли к себе особое внимание. Основной формой стал квадрат, значки выполнены в виде элементов логотипа.

Одной из идей при создании значков, стала возможность изменения свечения геометрических фигур в зависимости от цвета ткани одежды на человеке. Тогда был разработан вариант, где внутри белого квадрата находился черный круг с прозрачной окантовкой, благодаря которой и выполнялась функция такого свечения.

Также разработаны стандартные круглые значки. Принтом послужил фирменный паттерн с использованием градиента.

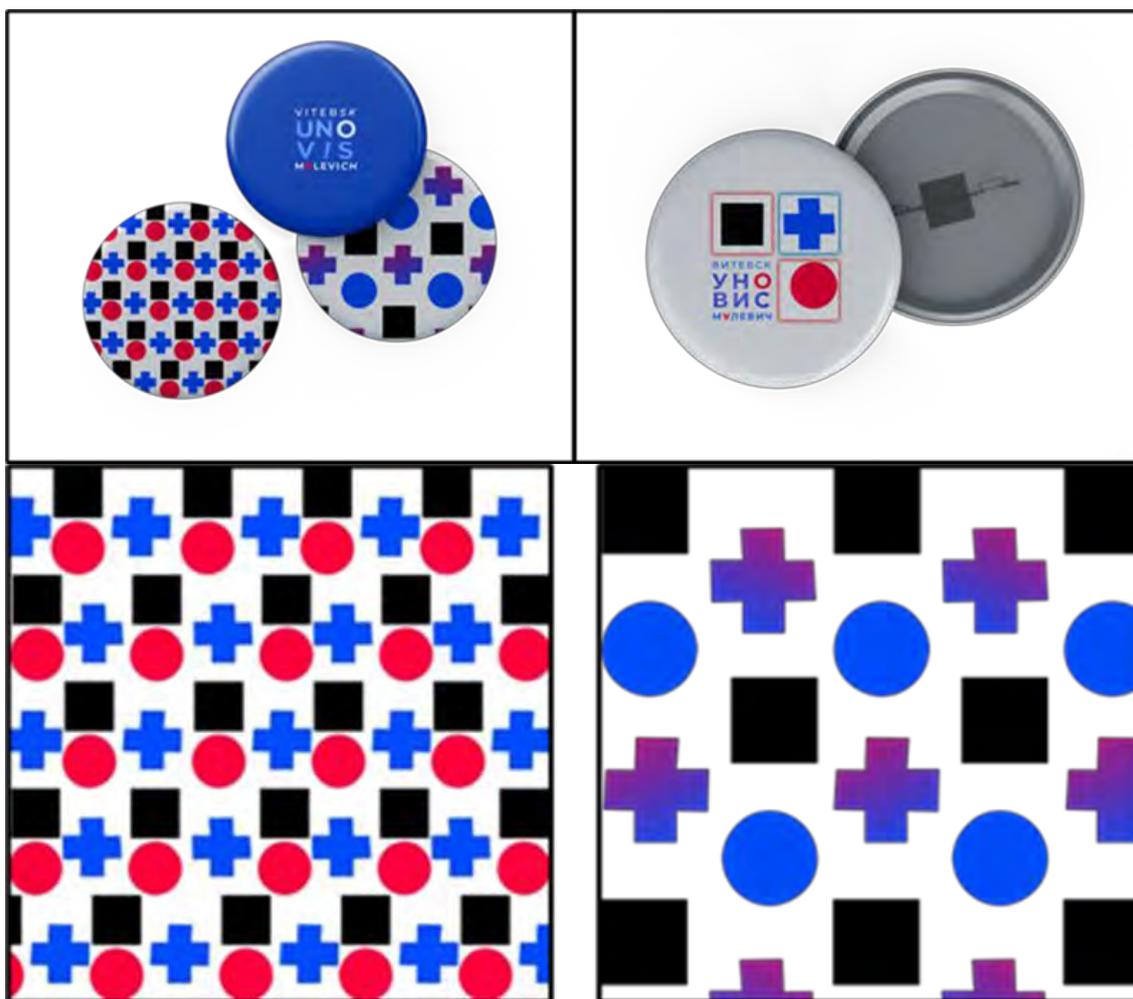


Рисунок 4.27 – Круглые значки для «#SupremШторм. Ночь» и паттерн с градиентом

Данный паттерн использовался не только при разработке круглых значков, но и при разработке принта футболки и шариковых ручек.

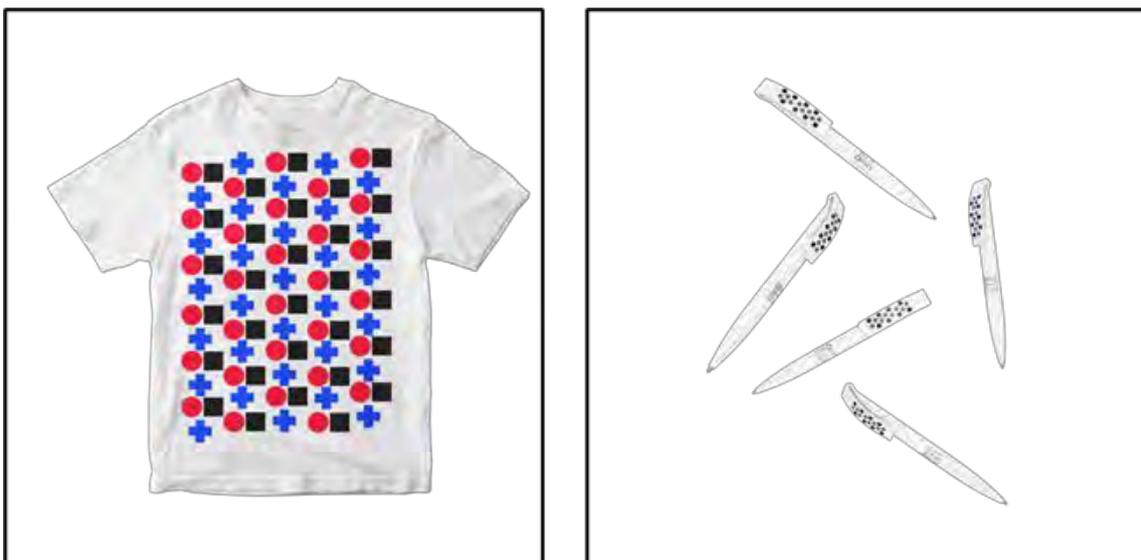


Рисунок 4.28 – Футболка и шариковые ручки для «#SupremШторм. Ночь»

Из сувенирной продукции представлены квадратные блокноты в четырех вариантах. Обложка у первых двух блокнотов оформлена фирменным паттерном. Обложка других двух имеет интересное цветовое решение – одна заполнена синим цветом, другая представлена в виде цветового градиента, в углу обложки располагается логотип.

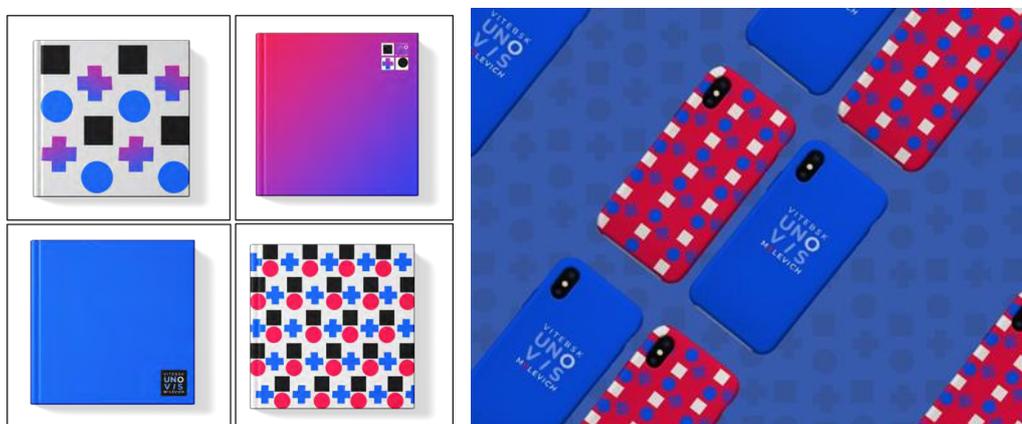


Рисунок 4.29 – Сувенирные блокноты и чехлы для телефонов для «#SupremШторм. Ночь»

Пригласительные билеты выполнены в форме квадратных белых конвертов, внутри которых размещена графическая часть, конверт закрывался с помощью квадратного стикера.

Пригласительный билет белого цвета, за счет чего контрастная внутренняя графическая часть особенно выделяется. Основным элементом графической части стал логотип и название мероприятия,

также присутствовала информация о времени и дате проведения события. Черный стикер, закрывавший конверт снаружи, был также контрастным к фону конверта.



Рисунок 4.30 – Пригласительный билет для «#SupremШторм. Ночь»

Сертификат участника и сертификат победителя имеют одинаковую графическую часть в фоне. Это наклонный квадрат с синим свечением по контуру. Различает эти сертификаты – фон.

Для сертификата участника фон выбран белого цвета, для сертификата победителя – черного. На сертификате размещается логотип проекта и логотипы спонсоров арт-события, также инициалы членов жюри.



Рисунок 4.31 – Сертификаты для «#SupremШторм. Ночь»

Для арт-события «#SupremШторм. Ночь» созданы профили в социальных сетях «инстаграм» и «вконтакте». Данный метод рекламы был выбран, так как основная целевая аудитория – студенты, которые активно пользуются данными социальными сетями.

Особый упор сделан на оформление профиля в «инстаграме» [16]. Для его ведения была разработана определенная концепция оформления профиля, которая совмещала графические элементы и фото участников мероприятия.



Рисунок 4.32 – Профиль в «инстаграме» для «#SupremШторм. Ночь»

Так как мероприятие планируется как ежегодное, то также разработан макет дизайн-верстки сайта на основе базовых приемов и констант айдентики арт-события. На рисунке 4.33 дана прокрутка сайта по вертикали, которая обеспечивает ясное представление о структуре мероприятия и его визуальном облике-бренде.



Рисунок 4.33 – Сайт арт-события «#SupremШторм. Ночь»

Сегодня искусство и дизайн часто смешиваются. Ведь у них есть схожая задача – вытянуть зрителя из обыденности, в каком-то плане разрушить стандарты и тем самым выделиться на фоне остальных. Айдентика данного проекта раскрывает тему мероприятия так ярко, что позволяет привлечь значительно большее число потенциальных посетителей и участников. Таким образом, через поставленные цели и задачи, проект повысит интерес публики к данному мероприятию [46].

#### **4.4 Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников»**

Белорусский союз художников – общественное объединение художников Беларуси. БСХ проводит выставки произведений своих участников, как и ежегодные молодежные выставки художников-новичков. В распоряжении объединения находится 300 мастерских. «Белорусский союз художников» ведет свою историю с далекого 1938 года.

На сегодняшний день в Витебский областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников» входят больше 50 художников, каталог поможет прорекламирровать как организацию, так и самого художника. Проект значим с социальной точки зрения, так как дизайн каталогов оказывает эмоциональное и психологическое влияние на потребителей при выборе того или иного продукта, а значит новый дизайн может помочь расширить целевую аудиторию и повысить статус объединения в понимании общества [37].

Проанализировав современные тенденции в дизайне логотипов и графическом дизайне можно сделать вывод, что логотип и обложка альбома-каталога должны быть яркими, запоминающимися и оригинальными, ориентированными на широкую аудиторию, чтобы желание приобрести и оставить данную продукцию возникало как у юного населения Беларуси, так и у людей постарше. Красный и серый – сочетание умеренно строгое, умеренно яркое, красный цвет на фоне серого усиливает строгость, но вносят и пышность, особенно с глубокими, богатыми тонами красно-бордового. Один тон бьет энергетическим ключом, пылает страстью и полон любви к жизни; второй – скромный, тихий, пассивный, всегда уходит на второй план. Таким образом, красный светится на фоне серого, привлекая наше внимание, но роль фона на этом не заканчивается. Возбуждение, которое получил глаз, гасится нейтральным тоном, оставляя только приятные впечатления. Дизайн вызывает только положительные эмоции, а также ассоциируется с высоким качеством. Для работы были выбраны основные цвета: красный и серый. При создании альбомов-каталогов, было принято решение разработать кардинально отличающийся от уже имеющегося дизайна. Во время поиска решения было представлено несколько вариаций дизайна. Первая общая обложка альбома-каталога заключается в минимализме – графическая техника, с минимальным использованием цветов и графических элементов. Изображен шрифтовой логотип и основной цвет каталога красный, белый и серый, чтобы подчеркнуть современность и серьезность организации [38].



Рисунок 4.34 – Эскиз общей обложки каталога

Вторая обложка и последующие созданы как виды (категории) изобразительного искусства которые входят в общий каталог в них так же был использован очень популярный на данный момент стиль минимализм: атрибуты, логотип и название гротеск (шрифт) на сером фоне обложки. Минимализм – это рациональное и разумное потребление, освобождение пространства от лишних вещей и ненужных деталей. Умение на обложке выразить индивидуальность продукта, сообщить все необходимые сведения и не забыть про идентичность бренда – просто бесценно. Таким образом, такой дизайн избавляется от всего лишнего, от избыточной перегруженности графикой и цветами. Он позволяет выделить главное, что хотел донести производитель до потребителя. Смотрится этот дизайн очень стильно и очень выделяет данную продукцию на фоне аналогичных общественных объединений, и привлечет как можно большую целевую аудиторию.



Рисунок 4.35 – Эскиз обложки каталога «Скульптура»

В данном разделе подробно описаны этапы проектирования, варианты проектных решений, анализ и обоснование разработок: логотип, фирменный цвет, шрифт. Также присутствует описание носителей фирменного стиля: деловой документации, рекламной и сувенирной продукции.

Разработанный логотип для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников» предложен в двух вариантах.



Рисунок 4.36 – Логотип Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников»

В логотипе использован шрифт AvantGardeCTT, который относится к семейству AvantGardeCTT (начертание Regular). Данный шрифт принадлежит к следующим категориям: кириллические шрифты, латинские шрифты, русские шрифты.

При выборе цветового решения для логотипа, предпочтение было отдано оттенкам красного цвета, которые выделяют и фокусируют наше зрение на знаке.



Рисунок 4.37 – Цветовая гамма логотипа

В варианте с логотипом на красном фоне сочетание красного и белого яркое, праздничное, и величественное. Красный – это в первую очередь самоотверженность, отвага, быстрое принятие решения. Жертвенность, опора и возрождение – белый.

Логотип на белом фоне сочетает в себе черно-красное сочетание – контрастное, драматическое, элегантное, провокационное. И нужно умело его использовать. Эти два цвета могут помочь создать незабываемое впечатление.

Создание рекламных носителей заключается не только в разработке нового логотипа, а также в создании фирменного стиля, а именно это визуальная коммуникация со зрителем, которая, складываясь воедино, будет создавать цельный и законченный образ серии художественных каталогов для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников».

Для создания фирменной продукции необходим логотип и графический элемент, которые смогут гармонично существовать в одном стиле, создавая новый графический образ. Все эти элементы присутствуют в визитной карточке, которая является одной из самых важных при разработке фирменной продукции [39]. Потому что именно она является рекламным носителем информации об организации в тех местах, куда рекламу поместить невозможно. Для визиток разработан единый шаблон для контактной стороны и для оформления обратной. На контактной стороне слева в верхнем углу располагается логотип Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников»,

снизу – контактные данные состоящие из имени, фамилии, должности, контактных телефонов и почты. Эти данные расположены на белом фоне, чтобы акцентировать внимание на информации.

На обратной стороне визитки в центре располагается общий логотип «Белорусского союза художников» также на белом фоне.

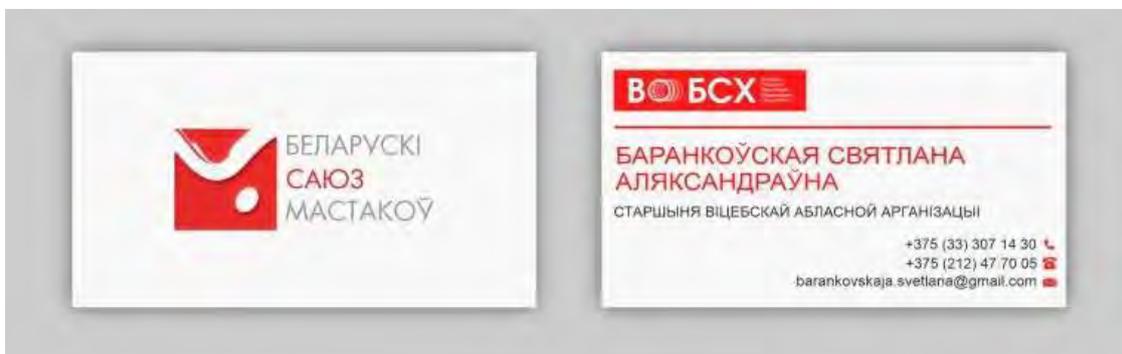


Рисунок 4.38 – Элемент разработанного фирменного стиля – визитки

Для отправки писем необходимы фирменные конверты для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников», предлагается конверт размера С5 – 162x229 мм.



Рисунок 4.39 – Элемент разработанного фирменного стиля – конверт

Разработан ряд сувенирной продукции. К ним относятся: кружки белые с логотипом; фирменные сумки с логотипом; магнит с логотипом в двух вариантах; карманный календарь с логотипом и репродукцией художника; брелоки с логотипом в двух вариантах; фирменная майка в двух вариантах; приглашенный билет; плакаты.



Рисунок 4.40 – Элементы разработанной сувенирной продукции – сумка и кружка

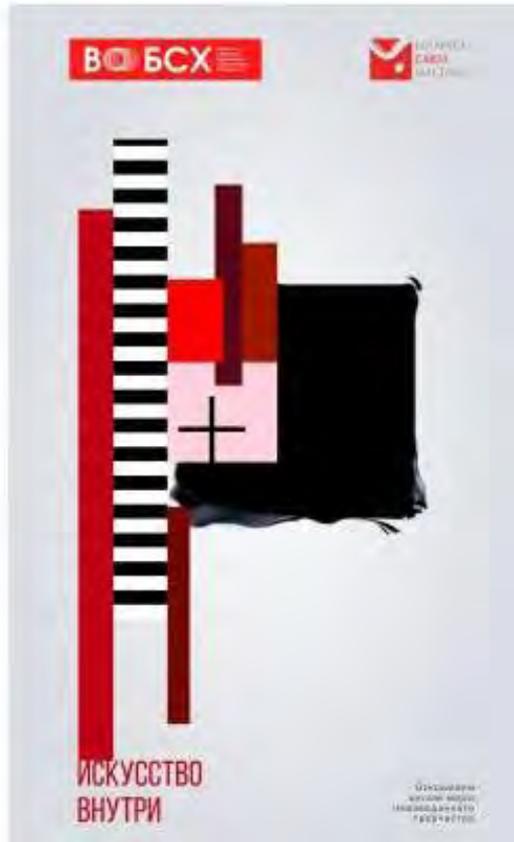


Рисунок 4.41 – Плакат

## 4.5 Видеопроект для презентации музея истории ВНХУ

### 4.5.1 Содержание проекта

С развитием современных мультимедийных технологий в искусстве и дизайне появляются все новые направления и возможности для визуализации в видеопроектах. На данный момент большой популярностью пользуется 3D mapping. 3D mapping – направление в аудиовизуальном искусстве, представляющее собой 3D-проекцию на физический объект окружающей среды с учетом его геометрии и местоположения в пространстве [1]. Проецирование происходит на различные объекты: это могут быть, как здания, так и автомобили, декорации или даже деревья. Данный вид искусства объединяет качественный видео-контент и аудиосопровождение, объединение которых показывает зрителю интересное и зрелищное шоу. 3D mapping используют при проведении крупных праздников и мероприятий таких как, дни города, общественные мероприятия, презентация брендов, рекламных компаниях.

Музей ВНХУ оснащен современным мультимедийным оборудованием, которое должно быть задействовано актуальным продуманным контентом. По визуальному контенту видеоролик посвящен программе УНОВИС, Витебскому авангарду в целом и их влиянию на мировое искусство. Источником литературы для исследования служили следующие источники: сборник Казимира Малевича «Черный Квадрат», а также научные работы профессора Котович Т. В. и других авторов. В сборнике «Черный Квадрат» размещены статьи и манифесты одного из лидеров русского авангарда Казимира Малевича. Для изучения технологических процессов был использован обучающий курс сайта VJ «Изучение основ 3D видео mapping», в данном курсе описываются: основные технические характеристики оборудования для визуализации 3D mapping, программное обеспечение, основы проектирования и структура создания видео контента для 3D mapping [48].

Актуальность темы заключается в исследовании феномена Супрематизма в Витебске и его воздействии на многие культурные процессы в искусстве и дизайне во всем мире. Витебское народное художественное училище было основано в 1919 году по инициативе Марка Шагала в особняке купца И. В. Вишняка по адресу Бухаринская улица 10, на данный момент улица переименована в улицу Марка Шагала. Это первое художественное учебное заведение на территории современной Беларуси – место, где за короткий период были заложены основы искусства авангарда. Это здание вошло в энциклопедию мирового искусства наравне со знаменитыми французским «Ульем» и

немецким Баухаусом [17]. Именно здесь в 1920 году была основана авангардная творческая группа студентов с программой УНОВИС, созданная К. С. Малевичем. На данный момент здание является современным музеем. В начале 2019 года музей попал в шорт-лист VII премии The Art Newspaper Russia, где он стоял рядом с такими великими музеями как Государственная Третьяковская галерея, Государственный музей изобразительных искусств им. А. Пушкина, Санкт-Петербургский государственный музей театрального и музыкального искусства и Дом-музей Велимира Хлебникова. И данный ролик должен почеркнуть уровень музея и его значимость в мировом культурном процессе.

Основной концепцией видеопроекта является идея показать посетителю музея развитие Витебского авангарда. По визуальной стилистике, видео опирается на работы Эль Лисицкого, Казимира Малевича, Давида Якерсона, Лазаря Хидекеля с применением уже имеющихся исторических фото и видео материалов. В итоге создана коллаборация между изобразительным искусством и видеосъемкой, где классические произведения супрематической живописи трансформированы в условия нового класса электронных устройств.

Основной целью проекта является создание информационного видео контента для презентации музея Витебского художественного народного училища. В процессе исследовательской части выяснилось, что при оснащении музея мультимедийным оборудованием не был учтен видеоконтент, созданный для самого музея. Видеоролик должен рассказывать посетителю музея об истории развития супрематизма в Витебске, программе УНОВИС и о том, какую роль город сыграл в развитии мирового авангарда [49].

Так же ролик должен вписаться в общую стилистку и интерьер музея и стать частью его бренда. Так как изначально стояла задача сделать музей не историческим памятником, а живым и открытым новым вызовам времени. Как описывалось в исследовательской части, ролик решено было сделать при помощи технологии 3D mapping. Данная технология является актуальной на сегодняшний день, и музей обладает всеми ресурсами для создания проекта. При помощи данной технологии можно осуществить шоу, которое запомнится посетителям музея. Видеоконтент несет в себе информативно-развлекательный контент. В котором показана история ВНХУ.

При создании видеоконтента учитывалось:

- целевая аудитория;
- современные тенденции в индустрии моушен-дизайна;
- архитектурные особенности площадки;
- технические параметры оборудования;
- информативность контента.

Актуальность видеопроекта в том, что создание видеоанимации в

3D, это современное и актуальное решение на сегодняшний день. На данный момент видеоанимация и моушен-дизайн с каждым годом все больше набирают популярность. И видеокоммуникация является самым актуальным способом передачи информации для широкого круга аудитории. Ролик несет в себе развлекательно-информативную функцию. Задачей которого является передача информации через визуальную форму, так как человек воспринимает 90 % информации при помощи зрительных и слуховых органов чувств.

В ходе исследования выяснилось, что основной целевой аудиторией музея являются студенты творческих вузов и люди старшего возраста, чья профессия связана с искусством, музей посещают туристы и иностранные граждане других государств. Также в процессе исследования была выявлена проблема, что жители Витебска не знают про УНОВИС и не знают, какую важную роль город сыграл в развитии мирового искусство.

#### **4.5.2 Стилистическое решение проекта**

Задачей проектной части является создание видео ролика в 3D. В создании видеопроектов важную роль играет сюжет, но также в поддержку сюжету требуется учитывать и графическое наполнение, и стилистику ролика.

Стилистическое решение проекта основывается на супрематических работах Казимира Малевича, Эль Лисицкого и на анализе современных тенденций в моушен-дизайне. В ходе изучения работ Казимира Малевича и Эль Лисицкого было выявлено следующее:

- белый цвет фона в композициях не является просто фоном, а он является частью композиции – пространство, в котором существует сама композиция;

- эксперименты Малевича и Лисицкого с переводом супрематических композиций в объем, появление проунов и архитектонов повлияло на формирование современной архитектуры;

- супрематическая композиция не является плоской – элементы композиции находятся в пространстве на разных уровнях друг от друга, тем самым они имеют разный размер;

- для данного проекта, из-за специфики темы в качестве общего стиля будет актуальным «минимализм» с использованием в качестве основного цвета белый. Белый цвет является главным в супрематизме, так как на его фоне другие цветные пятна читаются четко;

- основываясь на проунах и архитектонах для построения 3D-моделей будет актуален стиль low-poly.

Данный стиль низко полигонального моделирования на

сегодняшний день является актуальным и современным решением, так как он сохраняет особенность архитектонов и проунов. Стоит выделить, что данный способ моделирования экономит ресурсы рендера.

### 4.5.3 Разработка видеоконтента

Разработка видеоконтента на первом этапе, прежде всего, требует четкого написания сценария или плана, на который будет опираться дальнейшее производство ролика, по необходимости сценарий может меняться.

В ходе проведения исследовательской работы создан следующий технический сценарий:



Рисунок 4.42 – Технический сценарий

На данном плане изображена временная шкала, на которой прописана история зарождения супрематизма. Данный график не является четким построением сценария, он служит вспомогательным визуальным инструментом для выявления ключевых моментов и последовательности хронологических действий в анимации.

За основу был взят временной промежуток с 1919 по 1922 год. Это пик активности ВНХУ в Витебске. В данный промежуток времени входили:

- основание УНОВИСа;
- роспись трамвая;
- развитие и продвижение супрематизма в Витебске, и влияние супрематизма на окружающую среду города;
- создание Эль Лисицким первых проунов.

Чтобы показать зрителю, как супрематизм влияет на внешний облик города, в 3D был воссоздан центр город Витебска 1919 года, это 5 крупных улиц: Замковая, Вокзальная – на данный момент Кирова, Суворова, Гоголя и Смоленская – на данный момент Ленина.

Для точного расположения улиц была отрисована карта Витебска 1904 года, для расположения зданий использовались топографические карты довоенного периода 1909 года.

Во время Великой Отечественной войны Витебск был почти полностью уничтожен, как и такие культовые здания как Николаевский кадетский собор, который находился на площади Свободы, Костел св. Антония, Воскресенская или Заручевская церковь и т. д. Эти здания играли важнейшую роль в архитектуре города во времена деятельности Казимира Малевича в Витебске. Для большей исторической достоверности часть церквей и соборов, находящиеся в центре города, были воссозданы в 3D. Наглядным материалом для создания данных архитектурных сооружений послужили фотографии Витебска 1905–1922 годов.



Рисунок 4.43 – Фотографии Витебска начала XX века

Также для проекта были смоделированы 3D модели следующих зданий: Ратуша, Воскресенская церковь, Успенский собор, довоенное здание железнодорожного вокзала. Для построения планировки самого города были смоделированы здания 8 видов разной степени сложности и пропорций.



Рисунок 4.44 – Модели зданий, использующихся в проекте

Для первой части видео было отстроено само здание музея ВНХУ по чертежам 1919 года, а для подлинности атмосферы в видео ролике был воссоздан аутентичный знаменитый Витебский трамвай.



Рисунок 4.45 – 3D-модели здания ВНХУ и трамвая

Производство видеоконтента по технологии 3D mapping является трудоемким процессом. Для видеоролика были учтены особенности оборудования, на котором будет проигрываться анимация, особенности планировки и освещения локации, где происходит шоу, тематика и смысловая нагрузка, которую несет ролик. На подготовительном этапе или его еще называют пре-продакшн, был составлен сценарий, и на основе написанного сценария создана раскадровка проекта. Раскадровка – это последовательность нарисованных кадров, служащая вспомогательным средством в кинопроизводстве. Так же была сделана 3D раскадровка, так называемая «техническая предвизуализация». Преимущество данной раскадровки заключается в том, что она позволяет увидеть ракурс камеры и анимацию в сцене. Данный вид раскадровок чаще используется в CGI и VFX проектах, а также в разработке компьютерных игр, для предварительного просмотра анимации.

Для вывода видео из 4D Cinema использовался рендер Redshift. Рендер – термин в компьютерной графике, обозначающий вывод изображения при помощи программы. Redshift – это первый biased рендер, использующий для просчета графики ресурсы GPU, так как большинство традиционных рендеров для просчета используют ресурсы CPU, например, V-ray.

Для представления видеопрокта были разработаны информационные плакаты, которые представлены на 3-х планшетах формата A1. На них показаны разработки проекта по созданию видеоконтента. Плакаты демонстрируют процесс создания видео. Они выстроены в порядке этапов производства видео.

Первый плакат демонстрирует первый этап – создание сценария. В данном случае планшет демонстрирует инфографику, при помощи которой зрителю показывают все стадии формирования супрематизма.

Второй этап – раскадровка. Данный плакат представляет собой мудборд. Данный мудборд был составлен для помощи в процесс моделирования планировки города и архитектурных сооружений.

На третьем этапе начинается процесс моделирования. Изображенный на плакате город с красными кругами. На плакате изображены смоделированные районы города, в которых происходят действия. Круги отображают ключевые архитектурные сооружения того времени, смоделированные специально для видеопроекта.



Рисунок 4.46 – Информационные плакаты для видеоролика музея истории ВНХУ

Стилистика плакатов выдержана в стиле видеоролика и включает в себя приемы инфографики в качестве визуальной составляющей. Цветовое решение поддерживает систему основных супрематических цветов и выделяет информационные акценты по теме.

В процессе работы был создан информационный ролик для музея истории ВНХУ. Целью проекта является создание визуального контента для презентации музея. Видеоролик рассказывает посетителю музея об истории развития супрематизма в Витебске, программе УНОВИС и о том, какую роль город сыграл в развитии мирового искусства. Также ролик является частью экспозиции музея и элементом его бренда, так как первоначальной задачей являлось сделать музей не историческим памятником, а живым и открытым новым вызовам времени.

Данный проект можно отнести к продолжению эксперимента по внедрению супрематических форм в трехмерное пространство и перевода композиции в объем, как экспериментировали Казимир

Малевич и Эль Лисицкий в свое время.

На данный момент это актуальное решение в плане наполнения музея. И в городе Витебске технология 3D Mapping используется редко, а музей ВНХУ при наличии собственного оборудования может использовать данную технологию на постоянной основе.

#### **4.6 Разработка айдентики международного конкурса плаката к 100-летию УНОВИС «УНОВИС. XXI ВЕК»**

##### **4.6.1 Задачи Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»**

Первый Международный конкурс плаката к 100-летию УНОВИС «УНОВИС. XXI век» проходил с 20 сентября 2019 года по 20 декабря 2020 года. Проект конкурса инициирован Витебским государственным технологическим университетом и музеем истории ВНХУ, что очень символично: это будущее дизайна в лице студентов и преподавателей, и традиции Витебского авангарда, которые поддерживает музей. Название конкурса «УНОВИС. XXI век» семантически обращено не только к юбилею УНОВИС, но и направлено в будущее – влиянию на искусство и дизайн XXI века.

Основные цели конкурса плаката – показать средствами плаката как программные установки УНОВИС, возникшие 100 лет назад, функционируют в современном визуальном пространстве, выявить актуальные пластические и конструктивные идеи УНОВИС, и его влияние на современные мировые инновационные процессы визуальной трансформации, взаимосвязи ведущих школ дизайна и искусства XX века: ВНХУ, БАУХАУЗ, ВХУТЕМАС, а также создание идентичности города Витебска и его культурного наследия. В число номинаций конкурса кроме темы плакатов входит и разработка концепта оформления Витебского трамвая «УНОВИС. XXI век», победители этой номинации могут реализовать свои замыслы на реальных трамваях города, тем самым продолжив традиции росписи транспорта Малевичем и его учениками.

Конкурс привлек внимание широкого круга профессиональных дизайнеров и студентов для участия. В качестве членов жюри присутствуют известные плакатисты их разных стран – это Ришард Ниссан, Нидерланды; Финн Ньюгард, Дания; Юрий Тореев, Беларусь; Витебск представляет дизайнер Александр Вышка, а председателем жюри является известный дизайнер Петер Банков, Россия.

Для конкурса разработана айдентика для поддержки конкурса в средствах массовой информации, социальных сетях и на сайтах кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ» и музея истории ВНХУ.

Развитие Витебска как обучающегося города – это создание условий для расширения индивидуальных прав и возможностей, для укрепления социальной сплоченности, для роста экономики, для расцвета культуры и – в итоге – для устойчивого развития города. Проект «Витебск – обучающийся город» и в его рамках проходящий конкурс плаката «УНОВИС. XXI век» направлены на развитие города и укрепление международных связей с другими городами.

#### **4.6.2 Рекламно-информационная поддержка конкурса**

Создание фирменного стиля для конкурса плакатов «УНОВИС. XXI век» и его уникального и понятного образа должно соответствовать целям и условиям конкурса, привлекать участников со всего мира и играть роль при создании идентичности города Витебск и его культурного наследия.

Для конкурса плаката «УНОВИС. XXI век» знак должен формировать четкие и понятные ассоциации, относящиеся непосредственно к теме и ее миссии. Поэтому необходимо создать устойчивый образ конкурса плакатов «УНОВИС. XXI век», который будет возникать каждый раз при столкновении с элементами фирменного стиля [50].

Конкурс плаката, посвященный 100-летию объединения УНОВИС в городе Витебске – обучающемся городе в Глобальной системе ЮНЕСКО, позволил выявить лучшие решения культурного кода в современных программах нового взгляда разработки плакатов и стал одним из фактов становления историко-культурного наследия в общественном развитии города Витебска, Республики Беларусь в системе мировой культуры.

Огромную роль играет фирменный стиль конкурса, так как первое взаимодействие и впечатление от конкурса будет происходить через него. Через цвет, композицию, слоган дизайнер раскрывает цель и миссию проекта, пытается «зацепить» внимание и взгляд человека, а при рассмотрении – увлечь, запомниться и пробудить желание принять участие в проекте.

Для создания уникального фирменного стиля было проведено исследование исторической связи авангарда с Витебском, современных тенденции в логотипах и брендинге, анализ аналогов конкурсов плаката: биеннале плаката в Боливии ВИСеВé, московский международный биеннале графического дизайна «Золотая пчела». На основе этих референсов был выбран концепт логотипа для конкурса плакатов «УНОВИС. XXI век», в основе которого лежит простая геометрическая форма – прямоугольник. Благодаря расположению

прямоугольника под углом создается динамика. Знак лаконичен, но при этом имеет четкий узнаваемый образ.



Рисунок 4.47 – Логотип Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»

Форма, цвет и стилистика логотипа соответствуют идеям, направлениям супрематизма. Минимальный угол наклона прямоугольника создает динамику, направленную в верхний правый угол, что говорит о движении вперед-вверх, стремлению к развитию. Динамический прием дальше сможет развиваться в фирменном стиле Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век». Предложенный логотип для конкурса плаката «УНОВИС. XXI век» выполнен в стиле минимализм, при этом имеет четкий уникальный образ, который ассоциируется с творческим объединением «УНОВИС».

В названии конкурса используется шрифт-гротеск Futura. Шрифт Futura – одно из самых ярких и типичных порождений своего времени [5]. Проследив исторический путь данного начертания и его стилистику, можно утверждать, что шрифт Futura отлично подходит для логотипа конкурса плакатов «УНОВИС. XXI век». Он был изобретен в один период с созданием творческого объединения «УНОВИС», творчество которого переплетено с конструктивизмом, прямыми линиями и геометрическими формами [51]. Простота, с которой использован черный цвет в логотипе, указывает на уверенную позицию на рынке, демонстрирует непоколебимость и опыт.

Несмотря на то, что в логотипе используется черно-белая цветовая гамма, фирменных цветов пять: желтый, красный, синий, черный, белый. Все они присутствовали в произведениях творческого объединения «УНОВИС». Красный цвет символизирует возбуждение, повышение активности, стимулирует к действиям и является интенсивным тоном, который посылает очень сильные эмоции. Желтый – теплый цвет, символизирующий тепло и счастье. Синий цвет успокаивает и в то же время несет посыл уверенности.

#### 4.6.3 Анализ рекламно-информационных носителей для Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»

Айдентика Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век» построена на принципах минимализма и геометрических фигурах, таких, как квадрат, круг, крест, прямоугольник – базовых элементах супрематизма и паттернах из этих элементов. Паттерны создают ритмический медитативный аспект айдентики, ритмически соединяясь в различных геометрических формах и связях, они создают единый, но постоянно меняющийся мир конкурса. Этот мир динамично упорядочен, что является отсылкой как к модерну – порядок, так и к постмодерну – изменчивость, взаимозаменяемость, движение, экспрессия – базовым стилям XX века. В социальных медиа паттерны превращаются в гифки, позволяя акцентировать внимание на конкурсе и его образе.

Фирменный стиль конкурса не является отражением супрематизма в полной мере, это попытка увидеть его глазами современного дизайна, поиграть с его символами и формами. Наличие фирменного бланка поможет идентифицировать конкурс отправителя письма с первого взгляда. Фирменный бланк письма содержит в левом верхнем углу логотип.

Разработано несколько вариантов открыток, главный упор сделан на участников творческого объединения УНОВИС. В разработке открыток используются исторические фотографии, а также простые геометрические формы с использованием цвета, что придает яркости, привлекательности и динамики изображению.



Рисунок 4.48 – Фирменные открытки для конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»

Разработан еще ряд сувенирной продукции, которой могут пользоваться как организаторы конкурса, так и участники. К ним относятся: фирменная сумка с художниками-авангардистами, входящими в состав творческого объединения УНОВИС; фирменный блокнот для конкурса плаката «УНОВИС. XXI век»; бейджи для организаторов конкурса; пригласительные билеты.



Рисунок 4.49 – Бейдж и пригласительные билеты для конкурса «УНОВИС. XXI век»

На всех разработанных рекламно-информационных носителях присутствует паттерн, разработанный для Международного конкурса плаката «УНОВИС. XXI век» из фигур, которые использовали в своих работах члены творческого объединения УНОВИС. В фоне используются дополнительные цвета – серый и его оттенки. Серый цвет ассоциируется со зрелостью. Одно из главных значений серого цвета – это сдержанность, справедливость. Легким синим, голубым цветам логотипа для проекта «Витебск – обучающийся город» он добавляет устойчивости и солидности. Основные серые оттенки в проекте – это легкий серый, используемый для того, чтобы фон не оставлять чисто белыми, средний серый для того, чтобы фон был темным, а предметы на нем – белыми.

Несмотря на то, что модульная сетка для листовок, плакатов, оформления хроник довольно жесткая, набор визуальных элементов ограничен, но за счет многообразия организации этих элементов каждый плакат или рекламное объявление смотрятся оригинальными в

рамках проекта [9].



Рисунок 4.50 – Диплом победителя конкурса «УНОВИС. XXI век»

Информационная поддержка Международных проектов сегодня не существует без социальных сетей. Они позволяют не только информировать о конкурсе, давать справочный и исторический контент об УНОВИС и его последователях, но и постоянно напоминать, поддерживать интерес и заинтересовывать новых участников за счет охвата целевой аудитории. И чтобы интерес не угасал, необходимо постоянно обновлять информацию о конкурсе, менять изображения на хрониках страницы в фейсбуке, которые также вписываются в общий концепт фирменного стиля.

В фирменном стиле отражена основная направленность деятельности конкурса. Знак ассоциируется с супрематизмом и соответствует идеям и принципам творческого объединения УНОВИС. Цветовая гамма возвращает нас к работам художников-авангардистов. Созданная фирменная продукция и рекламно-информационная

поддержка Международного конкурса «УНОВИС. XXI век» представляет принципы как может быть использованы логотип и другие константы айдентики.

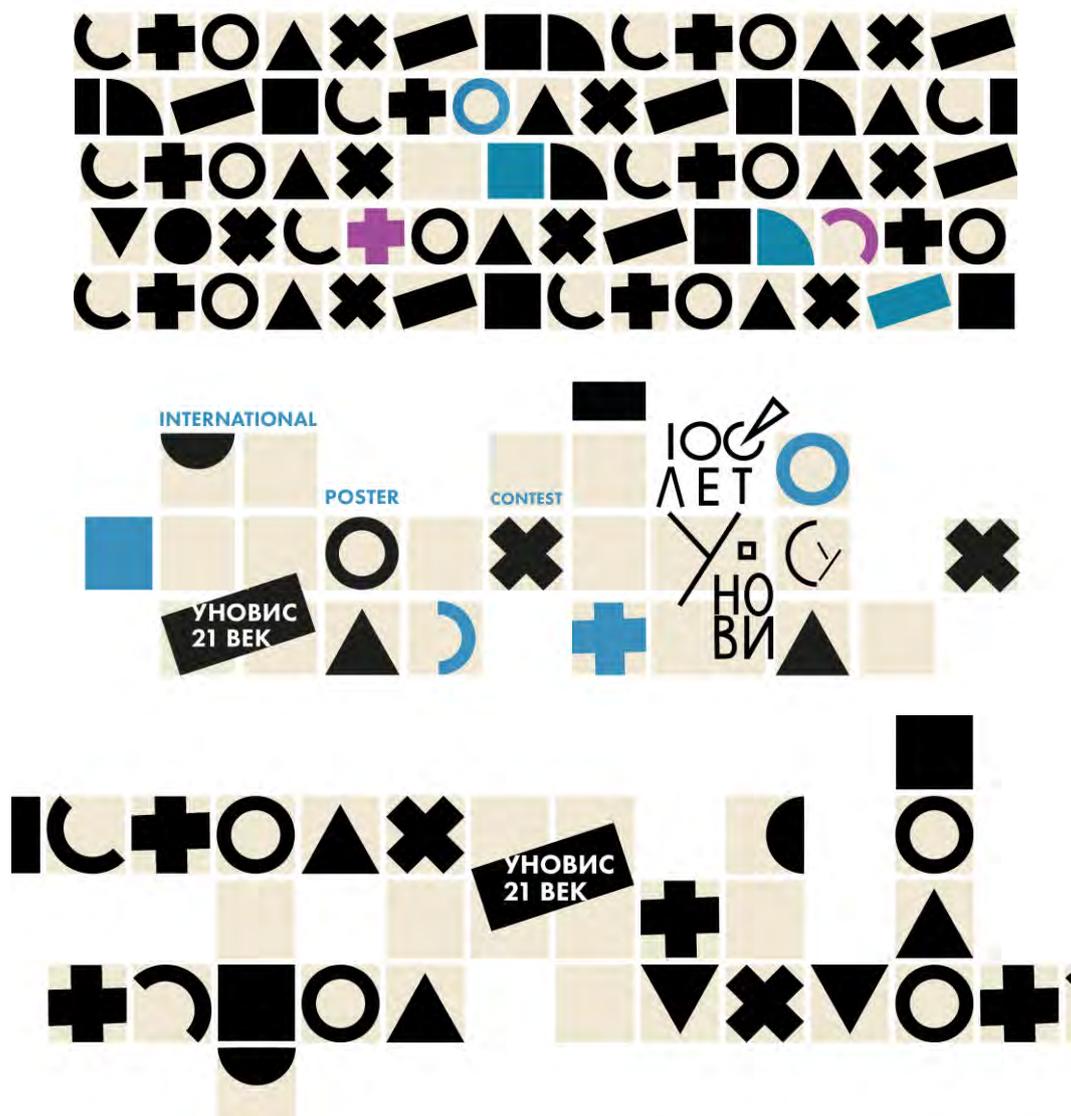


Рисунок 4.51 – Оформление хроник конкурса «УНОВИС. XXI век» на фейсбуке

#### 4.7 Городской сити-арт и суперграфика

Сити-арт – искусство, направленное на художественно-декоративное оформление зданий, сооружений и других архитектурных построек. В самый первый раз этот термин использовал архитектор из Соединенных Штатов по имени Чарльз Муром. Случилось это в 70-ые годы прошлого столетия. Эта методика художественно-декоративного улучшения сооружений зародилась в качестве способа модернизации и

улучшения самых маловыразительных сооружений. В этой отрасли она смогла успешно завоевать почетное место в качестве проектных, а также художественных средств среди ведущих профессионалов архитектурного и дизайнерского направлений. Однако своим выходом в общественность стрит-арт обязан множеству творческих направлений в области архитектурных решений, дизайнерских, живописных и других разновидностей искусства.

Существует два аспекта: это живописный аспект, а также аспект геометрический. Геометрическому аспекту большое количество внимания уделено творческими деятелями. Что касается живописного вида, то его использовали последователи супрематизма.

В условиях современной жизни в технологическом веке от зданий требуется не только выполнять производственную и живую функцию, но также и гармонировать с населенным пунктом. В конце концов, от любого дома требуется, чтобы он просто-напросто радовал глаза прохожих и горожан. Именно поэтому, помимо всех параметров, отдельное внимание достается также и цветовому исполнению здания, и его дизайну.

Именно цветовая схема и дизайн в архитектурной области выступает в качестве отдельного эмоционального стимулятора для дома. Кроме того, правильно выбранная суперграфика здания позволяет обеспечить психологический комфорт, тем самым повышая продуктивность работы в процессе правильного подбора цветов для стрит-арта.

Правильно подобранные цвета способны не только украсить здание и сделать его визуально уникальным, но также и подчеркнуть самые важные и выделяющиеся элементы фасада и его формы. Визуально суперграфика позволяет собрать отдельные элементы дома в одно целое. В некоторых случаях стрит-арт позволяет скорректировать даже самые неудачные и, казалось бы, провальные пропорции в сооружениях.

Стрит-арт и суперграфика нашли свое отражение в учебных практиках на базе городской среды Витебска. Своеобразное украшение городской среды и развитие стрит-арт культуры в Витебске стало пользоваться популярностью. Яркие образы знакомых музыкантов, артистов и персонажей все чаще появляются на заброшенных зданиях, заборах, сараях и гаражах.

В рамках анализа исследования в области преемственности основных постулатов Витебской школы в дизайне и архитектуре и других направлениях современного отечественного и зарубежного арт-пространства в рамках прохождения летней обзорно-технологической практики после 2 курса студентами было выполнено одно из заданий: разработать примеры суперграфики для города Витебска. Создавая

суперграфику, Шилко А. А. использовала свои переработки этюдов Витебска и работы витебского художника – Марка Шагала.



Рисунок 4.52 – Предложение суперграфики по улице Правды.  
Студенты Шилко А. А., Шилко К. А.

В качестве мотивов суперграфики Черных М. С. были выбраны работы Марка Шагала «Продавец газет» и фрагмент работы Казимира Малевича «Точильщик».



Рисунок 4.53 – Суперграфика по работе М. Шагала «Точильщик».  
Студент Черных М. С.

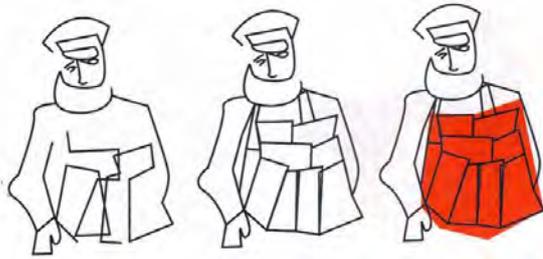


Рисунок 4.54 – Варианты графической переработки работы М. Шагала «Продавец газет» и применение суперграфики на ул. Суворова.  
Студент Тимошенко П. В.

Арт-объект «Свой путь» для газона возле учебного корпуса факультета дизайна совмещает два направления – концептуальное и этническое. «Свой путь» – это инсталляция, которая состоит из 4-х дверей, каждая из которых – это отдельный мир, который имеет свой цвет и содержание. Двери – это портал в другой мир, а вот какую именно из четырех дверей выбрать, человек принимает решение сам. Это отсылка к четырем специальностям, которые предлагает факультет дизайна.

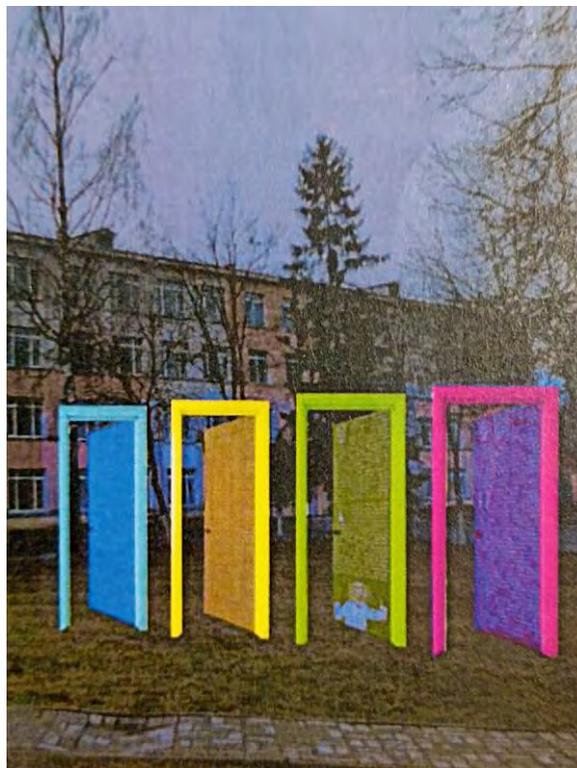


Рисунок 4.55 – Арт-объект «Свой путь»

Реклама, как часть городской среды, воспринимается довольно длительное время, и в связи с этим специалистам данной отрасли приходится прикладывать все больше усилий для того чтобы изобрести качественно новый подход и выделить свой продукт среди других. Для позиционирования городской среды, создания имиджа местности используют размещение информации для знаковых городских достопримечательностей в сити-форматах [36]. Билборд – рекламная конструкция, щитовая реклама, разновидность наружной рекламы, продолжает рекламную кампанию, работая на запоминаемость рекламы. Билборды размещают вдоль улиц и магистралей, на фасадах, торцах здания, на крышах зданий. Размещается он с целью закрепления в головах автомобилистов и пешеходов марки товара или фирменного знака [3]. Обычно большую реакцию аудитории вызывают билборды, работающие на стимулирование вкусовых восприятий. На билбордах часто размещают плакаты, которые могут приветствовать туристов, или щиты с информацией о известных личностях.



Рисунок 4.56 – Дизайн рекламного щита на основе фотографий известных людей Витебска. Студент Лукашик М.

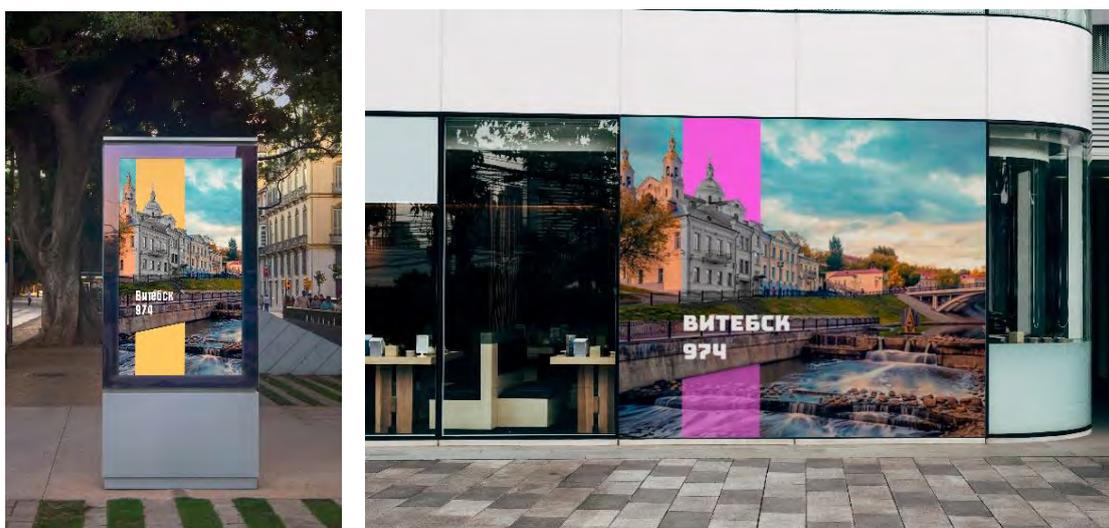


Рисунок 4.57 – Бигборды в городской среде. Студент Сякина А.

Многие города стараются подчеркнуть свои культурные и архитектурные особенности, сделать их туристическим акцентом. Во время Дней европейского наследия, которые проходили в Беларуси, решено было расписать два витебских трамвая и троллейбус по эскизам, созданным почти 100 лет назад «Утвердителями НОВОГО ИСКУССТВА» Ниной Коган и Казимиром Малевичем.



Рисунок 4.58 – Портрет Малевича на трамвае

Супрематические композиции отлично смотрятся не только на рекламных постерах, но и на транспорте. В Москве в 2004 году в честь 125-летия со дня рождения Малевича были запущены два трамвая, расписанные супрематическими фигурами. Подобные трамваи уже ходили по улицам Витебска с 1920 по 1926 год.

С момента своего появления в 1898 году витебский трамвай стал визитной карточкой города. Вагоны, расписанные членами УНОВИСа, курсировали по городу. В то время на остановках были своеобразные «карманы». К примеру, расписанный трамвай заходил в такой «карман» у Полоцкого рынка, чтобы не мешать движущемуся следом общественному транспорту, и на его фоне агитбригады проводили свою работу.

Адаптировали исторические эскизы в современной среде города старший преподаватель кафедры дизайна и моды Витебского государственного технологического университета Илья Гурко и преподаватель Витебского государственного колледжа культуры и

искусств, член Белорусского союза дизайнеров, выпускник кафедры Степан Дроздов.



Рисунок 4.59 – Супрематические композиции на трамвае

Роспись трамваев и троллейбуса – одна из составляющих проекта «Историко-культурное наследие УНОВИС – культурный код развития города Витебска».

#### **4.8 Традиции Витебской художественной школы, заложенные в концепцию проекта музея кафедры дизайна и моды**

##### **4.8.1 Преемственность традиций и новаторство**

В результате бесконечных смещений и новаторств, скоротечных процессов, гибких, изменчивых в диалоге и взаимоотношениях культур остро встает проблема глобализации не только индустриальной и рыночной, но и культурной сферы. Историко-культурное наследие выходит на передний план как источник развития идей самоидентификации [14]. Художники, понимая, что освоение традиционных ценностей локальных культур поможет сохранить самобытность, в своих работах все чаще обращаются к символике народной культуры, образам известных людей своего региона и истории образования Витебской школы авангардного искусства.

Художники Витебской школы заметно выделяются на фоне других творческих объединений, культивирующих сюрреализм, поп-арт, минимализм или концептуализм. Обаяние наследников Малевича в том, что они сохранили заветы искусства начала века (насколько это возможно), не потеряли веру в положительные ценности жизни и в социальное значение своего труда. Каждый из них отличается своим

индивидуальным стилем и почерком, но у них есть нечто общее. Это, во-первых, общий исторический источник – супрематизм и конструктивизм Витебской школы. Во-вторых, общее для них качество можно определить апофатическим путем, то есть назвать то, чего у них нет, но что щедро демонстрируют различные жанры масскульта.

Художникам Витебской школы свойственно стремление к правде бытия, логике конструкции, прочности связей элементов; они уважают законы времени, пространства и движения, чувствуют значение чисел и пропорций. Поэтому их искусство встречает интерес. Современная Витебская школа текстиля имеет свои особенности, её главными чертами является рукотворность, свободное ткачество, вольная пластическая фантазия с включением инородных материалов и образно-абстрактная тематика текстильных проектов.

Кафедра дизайна и моды УО «ВГТУ» кроме теоретических оценок становления, развития и влияния Витебской школы, изучение представленной тематики носит практический характер использования сложившихся художественных практик авангардного объединения и дальнейшего их развития как в лице художников, продолжающих это направление, так и в качестве концепт-проектов, заставляющих витебских дизайнеров, архитекторов и художников всего мира переосмыслить наследие авангарда начала XX века. Это средовые проекты, объекты промышленного дизайна, коллекции моделей, дизайн текстильных изделий, информационные поддержки, арт-проекты, которые будут реализованы преподавателями и студентами кафедры дизайна и моды.

Кафедрой постоянно ведется исследовательская работа в области изучения влияния и вклада авангардного искусства, определенного родоначальниками Витебской школы, на дизайн по различным направлениям. Такой интерес к представленному направлению вызван тем, что витебские художники и дизайнеры по историческому и духовному праву являются продолжателями супрематических традиций, заложенных УНОВИСом. Проводятся проекты, связанные с авангардным искусством XX века. Тема продолжения идей Витебской школы в дизайне прослеживается во многих научно-исследовательских работах и дипломах.

Исследования и дизайн-проекты решают задачу визуализации и пропаганды идей Витебской художественной школы для широких кругов общественности, осмысливают величину явления супрематизма и его влияние на современный дизайн, продолжают традиции УНОВИСа, выявляют новые аспекты и возможности. Важной составляющей проектов является и мотивация преподавателей и студентов продолжить деятельность «учредителей нового искусства» в современной жизни.

#### 4.8.2 Экскурс по музею кафедры дизайна и моды

В феврале 2018 года состоялось торжественное открытие музея кафедры дизайна и моды в рамках проведения недели дизайна в УО «ВГТУ». Этому событию предшествовала долгая кропотливая работа на протяжении 3-х лет по сбору архивных фондов, разработке концепции интерьера и экспозиции, выполнению в материале задуманного проекта.

Музей призван сыграть большую роль в рекламно-информационной поддержке кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ», которая работает, опираясь на традиции Витебской художественной школы, и органично развивает их. Музей также ставит задачу представлять лучшие направления и достижения, как в вузовском студенческом дизайне, так и в образцах искусства и дизайна преподавателей.

Особое внимание к вопросу преемственности традиций Витебской художественной школы прослежено в том, что классики УНОВИСа и их творения нашли отражение в арт-объектах, создающих неповторимый образ музея и в подборе экспонатов для экспозиции (в плакатах, графике, коллекциях одежды и тканей и так далее).

К работе за 3 года привлечено большое количество студентов специальности «Дизайн коммуникативный» (около 80 человек). В частности, в рамках курсовых работ по курсам «Теория и практика рекламы», «Графика в рекламе». Исследования и проекты носили максимально реальный характер и результатом имели выполнение в материале конкретного рекламно-информационного продукта.

Целостный проект включает в себя разработку всех элементов фирменного стиля (логотип, открытки, визитки, календари, папки, закладки, блокноты, афиши, карты, сувенирная продукция и так далее). Объекты выполнены с использованием эксклюзивной авторской графики.

Сотни эскизов позволили студентам значительно повысить профессиональный уровень студентов. Кроме того, эти разработки используются в качестве художественно-методических фондов по курсам «Дизайн-проектирование в рекламе», «Графика в рекламе», «Психология рекламы», «Дипломное проектирование».

В целом найдено интересное концептуальное решение, отражающее основные принципы, отражающее основные принципы деятельности кафедры дизайна и моды в контексте исторического процесса: социальную направленность, вовлечение в мировое развитие дизайн, отражение национальных особенностей и достижений. Художественный образ яркий, динамичный отвечает современным тенденциям и призван сыграть значительную роль в профориентационной работе и популяризации проблем отечественного дизайна.

Работа в музее – это сложный эволюционный процесс, требующий много усилий для поддержания живого интереса к нему. Поэтому в перспективе планируется большое количество новых проектов в рамках музея кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ».



Рисунок 4.60 – Зона входа в музей кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ». Суперграфика на входной двери

Музейную экспозицию открывает стенд с действующим коллективом кафедры, основоположниками и ветеранами кафедры.

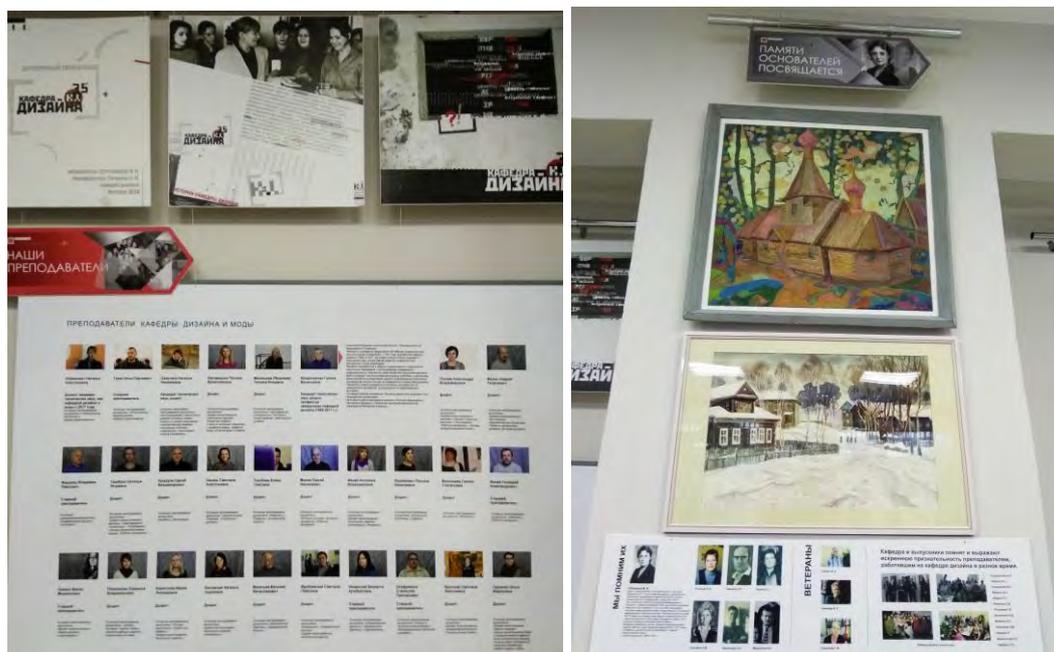


Рисунок 4.61 – Стенды: «Коллектив кафедры в настоящее время» и «Основоположники и ветераны кафедры. Авторские работы»

Кафедра дизайна и моды ВГТУ организована в 1975 году. Первый набор студентов по специальности «Художественное проектирование изделий текстильной и легкой промышленности» составил 10 человек. На кафедре работало восемь преподавателей. Много сил, энергии, таланта в становление кафедры, в разработку методики преподавания основ композиции, специальной композиции, живописи, рисунка, истории искусств вложили те, кто стоял у истоков: первая заведующая кафедрой, доцент, член СХ СССР М. Ф. Рыбалкина, старший преподаватель А. Н. Филипенко, доцент В. А. Сорокин, доцент, член СХ СССР А. В. Некрасов.

С середины 80-х годов состав кафедры пополняется молодыми педагогами, многие из которых – выпускники кафедры дизайна и моды ВГТУ. В настоящее время на кафедре работают 28 преподавателей, почти все они являются или членами Союза художников, или членами Белорусского союза дизайнеров, постоянно заявляют о себе на городских, областных, республиканских, международных выставках, конкурсах модельеров-дизайнеров одежды и обуви.

#### 4.8.3 Концепция проекта музея

Значительность вклада кафедры в развитие дизайна и искусства в Республике Беларусь побудила систематизировать и представить в экспозиции соответствующего музея многоплановую деятельность кафедры на протяжении всех лет существования.

Кафедрой было подготовлено более 1800 специалистов в разных областях дизайна.



Рисунок 4.62 – Статистика количества и качества выпускников

Выпускники кафедры представляют современную Витебскую школу дизайна географически очень широко, они успешно конкурируют не только с отечественными, но и с иностранными специалистами. Мало найдется стран, в которых не оставил бы свой след выпускник кафедры. Для музея подготовлены списки выпускников, работающих по полученным специальностям за пределами Беларуси. Например, Христесева Л., гр. И-21 – Швеция, Мусатова С., гр. И-11 – Испания, Солоха Е., гр. И-3 – Италия, Мильман А., гр. И -4 – США, Коршун С., гр. И-16 – Китай, Каримова Т., гр. И-14 – Франция и т. д. Поэтому для оформления стены музея кафедры дизайна была выбрана тема карты мира. Цель работы – выразить самобытность каждой страны. Задача стояла расписать стену в технике черно-белого граффити.

Каждая страна индивидуальна, имеет свои характерные черты. Это обусловлено местоположением страны на карте, соседством с другими странами, климатом, историей, менталитетом, экономической и культурной развитостью страны. Эти различия выражаются в одежде, предметах быта, в добываемых продуктах, а также в архитектуре и живописи. И, конечно, граффити в каждой стране имеет свои характерные отличия. Графическое решение стран разрабатывалось в рамках общих правил для всех стран.

- Сохранение оригинального контура страны.

- Одна страна помещается в формат А2 (420x594 мм).

- Название страны не превышает 20 мм в высоту с начертанием Times New Roman.

- Изобразительные элементы не выходят за пределы контура страны.

Проанализировав особенности каждой страны и собрав самые распространенные ассоциации, связанные с ними, были выбраны 3–4 символа каждой страны. Например, для Голландии были выбраны ветряная мельница, тюльпаны, велосипед, голландские домики. Для Швеции – шлем викинга, судно, лыжи. Для России – Кремль, медведь, матрешка, балалайка и снежинки. Они стилизованы и сделаны в виде пиктограмм, так как требовалось сохранить основные черты и экономить количество занимаемого места. В странах сохранился не только контур, но и административное деление. В каждую область вписан повторяющийся символ, образуя узор. Пиктограммы выполнены на основе простых геометрических форм для поддержания прямолинейного контура страны. Название помещено на изображение с белым контуром для читабельности шрифта. Распечатано готовое изображение на самоклеящейся пленке ORACAL (Оракал).



Рисунок 4.63 – География профессиональной деятельности выпускников кафедры. Разработка информационных пиктограмм



Рисунок 4.64 – Входная дверь (внутренняя сторона). География профессиональной деятельности выпускников кафедры

Спектр применения графических символов и знаков в настоящее время весьма многообразен. Работа над созданием какого-либо рода графики требует творческого переосмысления объектов окружающего мира; от идеи знака до конечного его воплощения может пройти от нескольких часов до нескольких недель. Это время требуется дизайнеру, чтобы добиться органичного сочетания формы и содержания, а также максимально выразить смысл знака посредством композиционного решения и графического мастерства. В основе

дизайна, в том числе, графического дизайна рекламы, практически всегда находится базисный символ, образ, цель. Тем самым на потребителя оказывается влияние на уровне подсознания.

Кафедра дизайна и моды УО «ВГТУ» в значительной степени опирается в своем развитии на базовые каноны, выстроенные в начале XX века знаменитыми представителями Витебской художественной школы.

Преподавателями и студентами проделана огромная работа по исследованию Витебского авангарда и органичному использованию его мотивов в современных дизайн-проектах. Руководителями курсовых, дипломных проектов, большое количество из которых завоевало престижные награды в разнообразных республиканских и международных конкурсах, являются преподаватели кафедры, подавляющее число которых состоит членами творческих союзов: Союза художников и Союза дизайнеров. У истоков стояли преподаватели, получившие образование в ведущем вузе СССР – МТИ (Московский Текстильный Институт)



Рисунок 4.65 – Выставочные модули с учебными работами по спецдисциплинам всех направлений и специальностей



Рисунок 4.66 – Презентация специальности  
«Дизайн костюма и тканей»

#### **4.8.4 Роль и задачи музея кафедры дизайна и моды в развитии корпоративной культуры вуза. Идентификация кафедры**

Влияние Витебской школы на дизайн в полной мере прослеживается в деятельности музея кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ», как в его оформлении, так и в организации выставок, создании проектов.

На основе ценностей Витебской школы предлагается выстраивать и корпоративную культуру здания. Необходимость уделять особое внимание вузовским музеям обусловлена возрастанием требований к высшим учебным заведениям, которые должны повышать качество образования, уровень квалификации сотрудников и выпускников, доступность инфраструктуры для заинтересованной публики, привлекать дополнительные финансовые ресурсы для реализации своих проектов, показывать высокие позиции в международных и национальных университетских рейтингах [2].

Вузовские музеи схожи с обычными музеями в части своей основной миссии сохранять и популяризировать культурное наследие. Но главное их отличие в том, что они отражают в музейном пространстве университетский мир, историю науки, а в нашем случае и

дизайна, преподавания, студенческого сообщества. Они представляют, культивируют и олицетворяют многие университетские ценности. Музеи не только собирают и хранят, они непрерывно вовлекаются в образовательный процесс, научно-исследовательскую и творческую деятельность университета.

Успех деятельности любой организации зависит от команды единомышленников, от того, насколько члены этой команды связаны между собой целями и задачами. Мобилизовать инициативу членов организации позволяет корпоративная культура. Именно она выстраивает деятельность, делает историю учреждения уникальной.

Музей является информационным центром корпоративной культуры, символическим средоточием ценностей кафедры, именно музей призван не только хранить, популяризировать историю, но создавать образ на основе ценностей корпоративной культуры. Музей помогает формировать духовные ценности преподавателей и студентов.

В музее истории подлинная информация приобретает наглядность, активизирует образное мышление, передает культурные ценности кафедры посетителю, воздействует эмоционально на него. Вузовский музей – это не музей «одного дня». Он отражает динамику системы образования, накапливает традиции, содействует преемственности. Музей должен быть в движении.

Воспроизводство лучших элементов накопленной культуры и на их основе развитие и сохранение традиций кафедры – важнейшая задача музея истории кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ». Деятельность музея способствует сплочению коллектива преподавателей, студентов и выпускников, возникновению и поддержанию командного духа. Главная миссия музея – воспитание и развитие личности.

Большое значение в формировании корпоративной культуры имеет экспозиционно-выставочная работа. В музее была создана площадка для сменных мини-выставок, на которой были представлены тематические выставки: «Лучшие студенческие работы в материале по курсу «Архитектоника» специальности «Дизайн костюма и тканей» и «Лучшие студенческие работы по курсу «Выполнение проекта в материале» специальности «Дизайн коммуникативный». Демонстрирование лучших работ устанавливает высокую планку для студентов, повышает самооценку авторов, подчеркивает особенности сформировавшейся школы нашей кафедры. Они вызывают чувство гордости за себя, за своих друзей, за Alma mater, за студенческое и преподавательское сообщество в целом.



Рисунок 4.67 – Выставка учебных работ по дисциплинам «Архитектура», «РВМ»

Выставки активно посещаются в рамках университетских профориентационных мероприятий и сторонний посетитель, гости (в частности, абитуриенты) имеют возможность составить себе представление о специфике обучения и просто получить удовольствие. Мероприятия кафедры со стороны музея сопровождались специально разработанной программой: проведением моментального конкурса о восприятии кафедры студентами, выставкой концептуальных плакатов, работой фотозоны.



Рисунок 4.68 – День открытых дверей. Фотозона

Средства визуального восприятия информации музея постоянно обновляются в соответствии с современными тенденциями в графическом дизайне и проектировании музейного и выставочного пространства. К этой работе систематически привлекаются студенты специальности «Дизайн коммуникативный». Руководство студенческими практическими разработками крайне сложно и требует много времени, т. к. уровень учебных работ необходимо поднять на приемлемую в музее профессиональную высоту. Невозможно переоценить практическую значимость индивидуальной работы со студентами в процессе проектирования конкретных объектов музея.

Музейный фонд персоналий – особый фонд. В нем концентрируются личные вещи, документы, фотоматериалы, картины, альбомы и т. д. Работа эта носит важный характер, подчеркивает значимость личностей преподавателей, формирует уважение, сохраняет память, отдает должное преподавателям, внесшим значительный вклад в развитие кафедры.

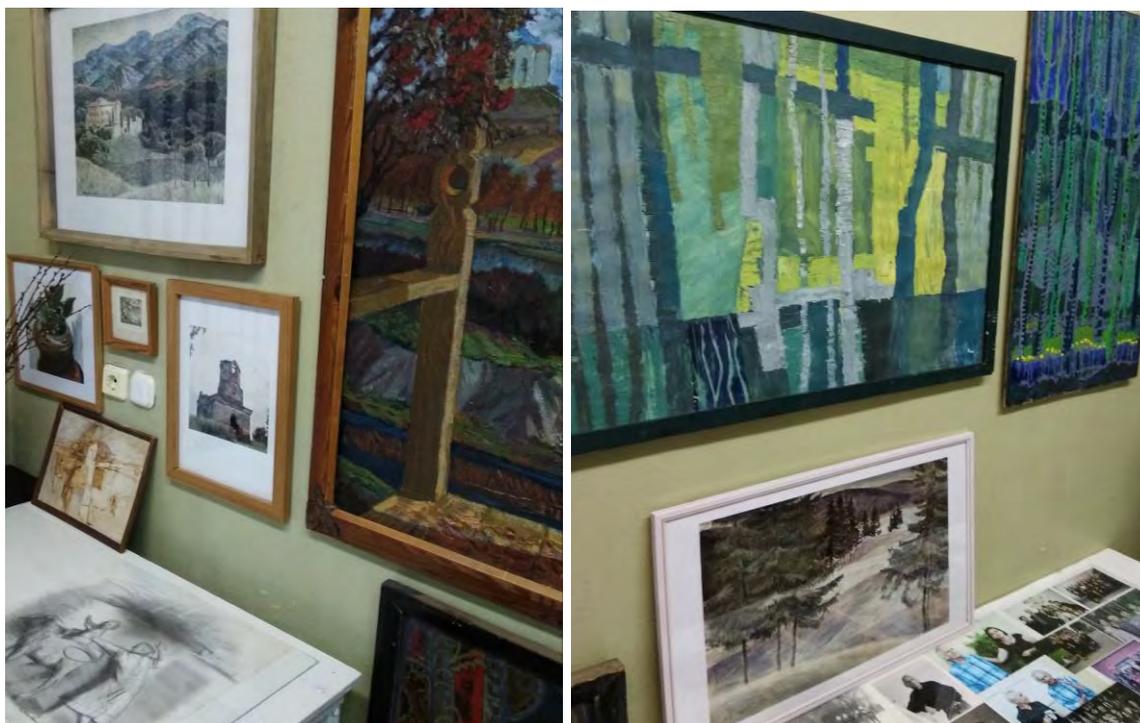


Рисунок 4.69 – Фонд творческих работ преподавателей первого поколения кафедры дизайна и моды (Сорокин В. А., Филлипенко А. Н., Некрасов А. В., Изойтко А. С., Счастливая Н. И., Барсуков И. А.)

Поддерживание музея на достойном уровне призвано повышать престиж, конкурентоспособность и финансовую устойчивость университета, а в конечном счете города и страны тем более, что корни традиций уходят в легендарные мировые достижения Витебского авангарда.

## 5 ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ

Арт-объект – это объект искусства, вещь, которая представляет не только материальную, но и художественную ценность. Арт-объекты создаются в основном не как функциональные (утилитарные) вещи, а именно как вещи, в которые вложена душа творца. Фантазия и мастерство художника позволяют ему создавать арт-объекты, используя любые предметы и материалы. Нередко арт-объекты находят применение в городской среде, в архитектурных композициях и дизайне интерьеров.

Слово арт-объект часто употребляется в публицистической литературе, но недостаточно четко определено в искусствоведческой. Поэтому трактовка арт-объекта крайне широкая, в целом можно сказать, что это – «какой-то необычный предмет». Можно отметить также то, что основной, отличительной, функцией арт-объектов является привлечение внимания, визуальное взаимодействие со зрителем. «В многообразии культурной жизни – на выставках, вернисажах, презентациях – долговечные варианты объектов, безусловно, имеют смысл и дают даже на таких мероприятиях возможность художественного обогащения. Объекты в отличие от других форм не подчиняются никаким точным правилам. Спонтанность, импульсивность, свобода – вот что является их основой». Арт-объекты призваны вызывать различные эмоциональные реакции зрителя, заставлять его задуматься, под новым углом взглянуть на что-то обыденное. Анализируя свойства и функции арт-объектов, можно предложить следующее определение: арт-объект – это произведение искусства, являющееся достопримечательностью.

Арт-объекты рассчитаны, в основном, на зрительную и эмоциональную реакцию и, как правило, в остальном нефункциональны. Он может быть условно бессмыслен, неэстетичен, странен. К положительным характеристикам арт-объектов могут быть отнесены креативность, образность, необычность.

Арт-объекты рождаются с различными видами искусств – это могут быть скульптурные объекты, инсталляции, предметы промышленного дизайна, живописные произведения и т. д.

Каждый вид искусства (живопись, графика, скульптура, декоративно прикладное искусство) характеризуется своим уникальным изобразительным языком, с помощью которого автор доносит свою идею до зрителя. Поэтому можно предположить, что выразительные средства, характерные для каждого вида изобразительного искусства, можно применить для преобразования арт-объекта. Такой объект, который будет вызывать не только позитивные визуальные ассоциации,

но станет активным композиционным средством, позволяющим формировать облик эмоциональной и гармоничной городской среды.

Для создания арт-объекта можно использовать и аналоги с художественным направлением, например, супрематизм, кубизм, конструктивизм. Эти направления искусства нефигуративны, поэтому их образы и характерные особенности можно визуализировать в формах арт-объектов.

Супрематизм, изобретенный Казимиром Севериновичем Малевичем, содержит в себе некое философское начало. Так как суть супрематизма заключается в зрительном поиске философских и логических категорий. Через изображение абстрактных парящих фигур, ведется поиск универсальных закономерностей и последовательностей бытия. Казимир Малевич отчетливо определил принципы нового «изма» в искусстве. И первый из них – превосходство цвета над всем остальным. Художник не сомневался, что именно работа с яркими формами и есть «чистое творчество» – краска на беспредметных картинах не преследовала никаких других целей.



Рисунок 5.1 – Арт-объекты в интерьере музея кафедры

Супрематизм наряду с кубизмом и футуризмом оказал влияние на становление конструктивизма. К концу 1910-х гг. концепция «искусства ради искусства» выполнила свою роль и была полностью вытеснена новыми утилитарными требованиями, определяющими отныне смысл и задачи художественной деятельности, которые впервые были выдвинуты еще представителями движения искусств и ремесел. Искусство должно было прийти на производство для того, чтобы улучшить жизнь людей и тем самым сформировать новый тип человека –

гармонизированного удобной и эстетически совершенной визуально-предметной средой современного благоустроенного города [13].

Примеры арт-объектов на тему УНОВИС, выполненные в рамках курсов «Дизайн проектирование», «Работа в материале» студентами направления специальности «Дизайн коммуникативный».



Рисунок 5.2 – Арт-объект торшер УНОВИС

Данный арт-объект несет в себе не только эстетическую функцию, но и практическую, так как представляет собой торшер, включающий в себе ключевые фигуры супрематизма (квадрат, круг, крест), а также логотип творческого объединения УНОВИС и выполненную перфорацией цифру 100, что символизирует знаменательную дату [41].

Торшер состоит из двух кубов, красного и черного. Кубы располагаются на разных уровнях и один из них повернут ребром к стенке второго. За счет цвета и расположения образует гармоничную композицию в стиле супрематизма. Интерес идеи так же заключается в том, что просвечивая сквозь вырезанные на пленке отверстия, фигуры дают проекцию на стену помещения, в котором располагается лампа. Тем самым мы получаем достаточно интересный эффект.

Арт-объект «Новые ростки супрематизма» – арт-объект по мотивам творчества лидеров авангарда должен стать той ассоциацией, которая позволит зрителю настроиться на общение с экспериментальным искусством. Данный объект – это прямая отсылка к УНОВИСу. Созданы кубы 35x35 см. Используются характерные направления цвета и форма. У Малевича квадрат классический плоский, в данном объекте представлен супрематический объем с экологической ноткой, где сделаны попытки привнести другое, новое виденье.

# АРТ-ОБЪЕКТ

Новые ростки супрематизма



Рисунок 5.3 – Арт-объект «Новые ростки супрематизма»

Дерево, как новые ростки супрематизма, соединяющие супрематизм с миром, выход в пространство, в мир людей. Так же дерево – это знак возрождения, ствол дерева является осью пространства и времени. Дерево в среде куба, как плод, который дает вечную жизнь супрематизма.

Столетие со дня рождения Малевича ознаменовано рядом выставок, посвященных этому событию, и прошедших, как в городе Витебске, так и в Европе. Знаменательным событием года стали выставочные проекты в Москве и Париже. В Москве Александра Шатских организовала выставку «Казимир Малевич. Не только «Черный квадрат» (ВДНХ). А. Шатских о своем проекте сообщила: «Черный квадрат» Малевича стал общепризнанной иконой XX века. Под именем «Казимир Малевич» как будто действовал целый отряд творцов, сумевших сказать первое, а нередко и определяющее слово во многих сферах художественной культуры». Проект в центре Ж. Помпиду «Шагал. Малевич. Лисицкий. Русский авангард». Куратор проекта Ангела Лампе: «Выставка получилась грандиозная – 250 произведений, созданных в послереволюционный период, между 1918 и 1922 годами, связанных с Витебским художественным училищем». Необходимо отметить и конференцию «Народное художественное училище и УНОВИС в Витебске», которая прошла в Кембридже.

В Витебске так же прокатилась волна выставочных проектов. Знаменательным событием стало открытие музея истории ВНХУ на улице Марка Шагала, 5.

Дом музей, после реставрации, широко распахнул свои двери широкой публике 9 февраля 2018 года и вошел в энциклопедию мирового искусства наравне со знаменитыми французским «Ульем» и немецким Баухаусом. В выставочном зале музея истории ВНХУ состоялось открытие выставочного проекта Татьяны Котович «Красный квадрат». В котором приняли участие художники, активно пропагандировавшие искусство великих предшественников, и немало усилий приложивших, для создания в Витебске новой художественной школы современного искусства. Это Александр Малей, Василий Васильев, Галина Васильева, Сергей Сотников, Александр Соловьев, Елена Толобова и многие другие художники, а так же, студенты кафедры дизайна Витебского государственного технологического университета (серия плакатов, посвященных К. Малевичу и Витебской школе) под руководством доцента кафедры дизайна Натальи Тарабуко. Татьяна Котович о концепции проекта: «В день открытия музея ВНХУ – открытие выставки художников города. Строго, кратко, концептуально, предельно сжато – как в математической формуле. Посвящение формуле Шагала и Малевича: эмоция/экспрессия + Черный квадрат/пиксель/основание формы. Вхождение: первыми в этот Дом/Музей художественного училища входят художники, овладевая этим пространством, освещая его творчеством и впуская жизнь. Художественное, научное, социокультурное будущее музея начинается (восстанавливается) в этот день». 14 февраля (день рождения УНОВИСа) в центре современного искусства (Музыкальная гостиная) состоялся проект Галины Васильевой: «140 лет К. Малевичу. 100 лет Витебской художественной школы».

Куратор проекта о концепции выставочных проектов: «Спустя 60 лет в Витебске прокатилась волна возвращения имен мирового искусства и создание школы современного дизайна (кафедра дизайна ВГТУ 1975г). Город Витебск стал творческим полигоном создания новых направлений в искусстве XX века. В проекте принимают участие художники Витебской школы, активно работающие в концептуальном направлении искусства – абстракция, конструктивное направление, объект, инсталляция, перформанс. Это участники проекта «100 лет Черному квадрату»: Г. Васильева, В. Васильев, А. Малей, А. Слепов, Т. Маклецова, Н. Гончарова, Г. Фалей, А. Фалей, Стрижак Д., искусствовед Т. Котович, научные сотрудники художественного музея. В проекте «140 лет К. Малевичу» Галина Васильева представила работы из серии «Квадраты»: посвящение А. Накову, Е. Колбовичу, «Стена».



Рисунок 5.4 – Галина Васильева. Из серии «Квадраты»

Работая в конструктивном направлении искусства более 20 лет, художница отстаивает принцип чистоты формы и цвета. Линейный и ритмический строй работ создает четкую геометрическую доминанту в пространстве зала. Многозначимым стал перформанс автора, посвященный К. Малевичу. На полу зала был выложен белый квадрат холста, сверху размещен черный квадрат, и была зажжена свеча в память о великом художнике. В. Васильев выставил свои объекты – «Точка на линии», «Этюд». Свои работы художник создает из инженерных конструкций. Поиск логики в абсурде, соединение живописных натуральных впечатлений с конструкцией форм, попытка соединить природные форм с интеллектуальными построениями («Точка на линии», «Этюд»). Т. Маклецова работа «Золотое руно» – золотое руно Белоруссии – льняной холст на черном квадрате. «Черный квадрат как начало и конец бытия». А. Фалей выставила живописное полотно «Расклад 1». Картина состоит из 6 блоков, соединенных в трех яростную композицию, в которой нет соподчинения. Графичность цветового решения, в котором преобладают оттенки серого, с вкраплениями красного, оранжевого и синего цветов. Г. Фалей много импровизирует с различными материалами, его объект «Доброй раницы, страна» – клубы дыма, созданные из стальной проволоки, связанные в композиционном решении стальной решеткой создают легкую и прозрачную конструкцию.

Вторую часть экспозиции составляли работы студентов ВГТУ, кафедры дизайна под руководством Н. Тарабуко, А. Поповой. В учебном процессе студентам было дано задание вербализировать супрематические работы К. Малевича. Это Альт Дарья «Квадраты», Архипова Л. «Сказ про 2 квадрата», Иванова А. «Все в мире движение энергии», Ильина В. «Крест Малевича». Бадиловская О. выполнила афишу «140 лет К. Малевичу, 100 лет Витебской школы», в которой

соединилась геометрия форм и динамика движения по диагонали, в традициях русского авангарда. Так же в проекте принимала участие студентка из Великого Новгорода – Стрижак Дарья, она представила макет «Пространство К. Малевича». Художница так описывает концепцию работы: объект посвящен одному из самых знаменитых, знаковых художников мирового беспредметного искусства.

Кафедра отметила это событие открытием проекта «По ту сторону квадрата» в выставочном зале кафедры, кураторы Галина Васильева и Наталья Тарабуко [8].



Рисунок 5.5 – Выставочный проект «По ту сторону квадрата»

Выставочный проект открылся импровизацией театра «Колесо» под руководством Влады Цвики. «Черные ангелы» раздавали письма-сообщения из далеких 20-х годов, написанные К. Малевичем. В проекте приняли участие преподаватели и студенты кафедры дизайна. В традициях УНОВИСа была выстроена концепция проекта, здесь были представлены объекты, холсты, плакаты, инсталляции, батик. Абстрактные композиции Г. Васильевой, Н. Абрамович, В. Васильева, Т. Маклецовой сочетались с плакатами и объектами студентов. Название проекта было дано по названию арт-объекта студента Павла Евдокимова. Н. Тарабуко так трактует идею арт-объекта: «за «квадратом» К. Малевича стоит измененная реальность в искусстве», с обратной стороны квадрата во время создания экспозиции был создан трон для человека в искусстве. Огромный интерес у зрителей вызвала серия масок, выполненных студентами, под руководством А. Поповой. Апеллируя к традициям супрематических спектаклей начала XX века. Студенты с удовольствием фотографировались в супрематических масках, оживляя пространство выставочного зала.

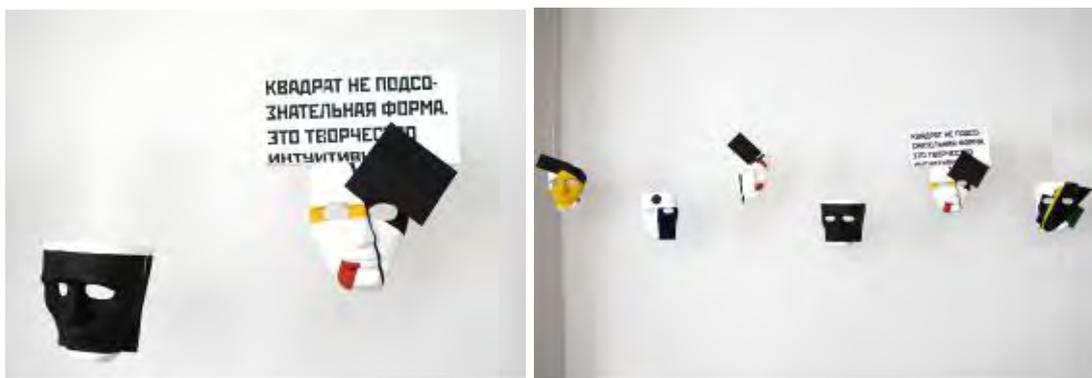


Рисунок 5.6 – Арт-объект «Читай по лицам»

Арт-объект – маски человеческих лиц, которые соединяются с геометрическими фигурами. Маска – это предмет, накладка на лицо, который надевается или для сокрытия личности, или для защиты лица. Она своей формой обычно повторяет человеческое лицо и имеет прорезы для глаз, рта и носа. Основные цвета – черный, красный, белый. Дополнительно используются желтые и зеленые цвета. Объект отражает тему УНОВИСа, так, как по прошествии 100 лет, люди все больше начинают уделять внимания данному объединению.

Особую красочность выставке, придали работы студентов, выполненные в технике холодного батика под руководством С. Крупской. Развешанные на фоне окна, они как витражи средневековья пропускали солнечный свет, наполняя пространство зала разноцветной мозаикой.

Таким образом, ряд выставочных проектов в очередной раз показал, что на протяжении 40 лет в Витебске сформировалась новая школа современного искусства, которая в лице участников проекта отражает современные тенденции мирового искусства (абстрактное направление, объект, концептуальное искусство), основы которого были заложены в далекие 20-е годы прошлого столетия.

## **6 ПОСТУЛАТЫ ВИТЕБСКОЙ ШКОЛЫ В УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИНАХ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ДИЗАЙН»**

### **6.1 Фундаментальные основы композиции в системе супрематизма в заданиях студентов кафедры дизайна и моды**

Композиция является неотъемлемой частью всех видов искусства. Она присутствует в архитектурных сооружениях, музыкальных произведениях, эпических романах и стихотворениях, скульптуре и живописи, театральных постановках и фильмах. Понимая законы композиции, человек получает ключ к анализу и пониманию произведений различных жанров и видов искусства. Это имеет важное значение для развития образного мышления, подготовки к решению творческих задач и научной деятельности.

«Черный квадрат» Казимира Малевича – это прекрасный материал для изучения основ композиции. Это произведение представляет собой систему, в которой прослеживаются все возможные варианты развития. Даже небольшое касание в определенной точке пространства и времени способно вызвать новый взгляд. Супрематическая глубина Малевича может быть понята как физический космос или метафизическое пространство четвертого измерения. Согласно самому автору, она символизирует стремление к первоначалу, к праформе. С «Черным квадратом» можно играть, преобразуя его в различные формы, вращая, переворачивая, рассматривая его с разных сторон. Это произведение вызывает интерес и интригу у студентов.

Цели деятельности К. Малевича: формирование понимания выразительных возможностей изобразительного искусства в жизни человека, развитие навыков работы с простыми геометрическими фигурами для создания композиции, совершенствование композиционных решений в творческих работах, использование соответствующих художественных приемов, активизация развития творческого потенциала, развитие навыков совместной работы, формирование интереса к изобразительной деятельности и потребности в эстетическом общении.

Композиция – это творческий и интуитивный процесс создания произведения искусства от появления задумки до ее завершения, а также совокупность закономерностей, приемов и средств, которые помогают достичь задуманного. На историческом и теоретическом уровнях композиция была подвергнута множеству исследований. Многие авторы, такие как М. А. Алпатов, Н. Н. Волков, А. Д. Гончаров, Е. А. Кибрик, В. А. Фаворский, П. А. Флоренский, Е. В. Шорохов, К. Ф. Юон, Б. М. Неменский и другие, выделяют следующие композиционные принципы: равновесие, движение, целостность,

композиционная доминанта.

«Композиция» – не только определяющая, но также и важнейшая эстетическая категория. Она подразумевает и определяет уровень искусства построения, соотношения элементов в системе с позиции эстетического значения, обращает внимание на общий эстетический план единого целого. Задания по дисциплине «Композиция» в будущем служат базой для работы над конкретными проектами [15].

## **6.2 Типографика Лисицкого в учебных заданиях студентов**

Эль Лисицкий оказал огромное, еще до конца не оцененное, влияние на коммуникативный дизайн XX и XI веков. Несмотря на то, что эксперименты в беспредметном искусстве были до и после Лисицкого, а эксперименты в области типографики и верстки начались с итальянских футуристов и русских поэтов, и продолжаются до сих пор, именно Лисицкий сформулировал, воплотил новые принципы типографики и новые возможности визуализации смысла в плакате и в книге, в рекламной печатной продукции и в дизайне выставочных пространств, суммировав все предыдущие поиски, и структурировав их в четкую систему [52]. Эль Лисицкий продвинулся далеко за пределы начала века, сделал задел принципов дизайнерского мышления на годы вперед, сохранив при этом свою индивидуальность как жизнеутверждающего супрематического визуализатора. Витебский период творчества Эль Лисицкого и знакомство с Казимиром Малевичем (1919–1920 гг.) это поворот художника к поиску новых форм, к супрематическому, то есть сверхчистому выражению новых идей и нового времени в искусстве. «Благодаря Малевичу Лисицкий создал в Витебске супрематические плакаты и стал конструктором/инженером книг («Супрематический сказ про два квадрата», 1922 г.) [7]. Плакаты Лисицкого сочетали супрематическую беспредметность и агитационную направленность изображений («Клином красным бей белых»). В течение 1920 года он также оформил «Альманах Уновис № 1», создал книгу «Супрематический сказ про два квадрата», спроектировал фигуры к футуристической опере «Победа над Солнцем», задумав эту постановку как «электромеханическое шоу» с исполнителями-марионетками.

Все грани Эль Лисицкого, а их у него невероятное количество даже для такого уровня личности, актуальность и острота важны и сегодня для современного дизайна – коммуникативного, промышленного, средового, интерактивного. Его идеи в области дизайна до сих пор один из главных аспектов в формировании новых концептов и креативности.

Лисицкий не только сформулировал восемь принципов нового искусства типографики, но и является автором самого этого термина. Трудно переоценить значение его формулировок для искусства набора и верстки (типографики) и их влияние на визуальный дизайн в целом, который за счет акциденции, то есть выделения смысловых значений текста и манипуляций им, способен транслировать и «озвучивать» любые идеи и проблемы.

По курсу «Типографика» на кафедре дизайна и моды УО «ВГТУ» студенты изучают и апробируют разные стили в типографике, принципы, правила, приемы верстки разных видов печатной продукции, и, главное, следуя традициям Витебской художественной школы, с особым вниманием относятся к типографике конструктивизма и супрематизма, зная которого по праву принадлежит Эль Лисицкому [6]. Развивая его наследие, студенты не только применяют его новаторские приемы, но и развивают в области создания динамической книги, с конструктивным развитием полос и разворотов книги, с возможностью ее разного прочтения через динамику раз от разу.

Также в рамках курсовых заданий по типографике есть задание по шрифтовому плакату, напрямую связанное с изучением как композиционных и стилистических особенностей классических произведений супрематизма, а именно работ Казимира Малевича, Эль Лисицкого и других известных авторов, так и их визуализации с помощью шрифтовых конструкций, типограмм и лигатур. В этом задании проявляется понимание замысла авторов творческих работ, знание стиля, характера эпохи, проникновение в семантику произведений, а также зачастую остроумная игра с текстом, смыслом, шрифтами и версткой. Задание позволяет в достаточно игровой форме понять и принять эстетику супрематизма и правила типографики Лисицкого.



Рисунок 6.1 – Эль Лисицкий. Страницы книги «Супрематический сказ про два квадрата». Проект студента Елизаветы Архиповой, типограммы



Рисунок 6.2 – Эль Лисицкий «Без названия». Проект плаката студента Алеси Тихоновой по принципу типограммы на картину Эль Лисицкого «Без названия»

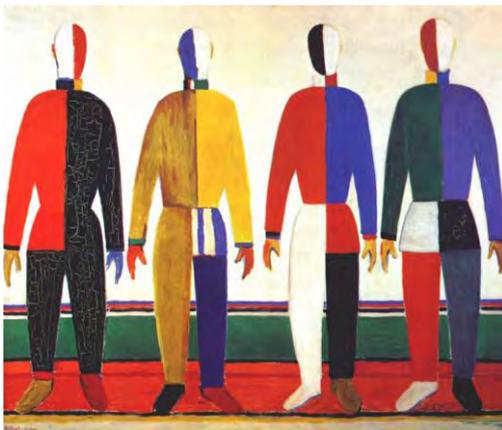


Рисунок 6.3 – К. Малевич «Спортсмены». Проект студента Дарьи Жук; типограмма на картину Малевича «Спортсмены»

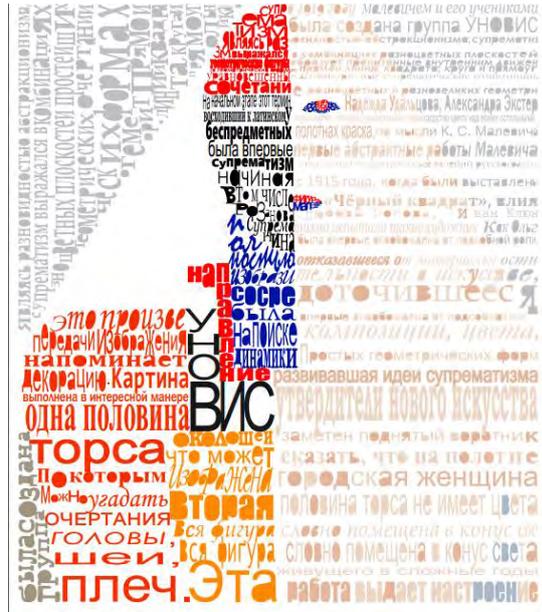


Рисунок 6.4 – К. Малевич «Половина женской фигуры». Проект студента Алеси Сиваковой, типограмма на картину Малевича «Половина женской фигуры»

Авангард 20-х годов в Витебске – наша история, часть нашего мироощущения, живая традиция. Эль Лисицкий как ни один другой основатель и последователь супрематизма оказал влияния не только на искусство, но и на дизайн.

Он не только сформулировал восемь принципов нового искусства типографики, но и является автором самого этого термина. Трудно переоценить значение его формулировок для искусства набора и верстки (типографики) и их влияние на визуальный дизайн в целом, который за счет акциденции, то есть выделения смысловых значений текста и манипуляций им, способен транслировать и «озвучивать» любые идеи и проблемы. Видимо, осмысление роли Лисицкого в этой области еще впереди.

В рамках курса «Типографика» на кафедре дизайна и моды УО «ВГТУ» студенты изучают и апробируют разные стили в типографике, принципы, правила, приемы верстки разных видов печатной продукции, и, главное, следуя традициям Витебской художественной школы, с особым вниманием относятся к типографике конструктивизма и супрематизма, знамя которого по праву принадлежит Эль Лисицкому.

### **6.3 Визуальная форма как архетип реальных предметов или архетип их значений и смыслов. Задания по курсу «Цветоведение»**

В истории человечества были величайшие открытия цветов и форм, которые производили мощное впечатление на визуальное восприятие окружающих. Как писал Рудольф Арнхейм, американский эстетик и психолог, «глубочайшая сущность искусства заключается в единстве идеи и ее материального воплощения», ее образа. И дальше Р. Арнхейм писал о стремлении некоторых художников к символическому изображению идей, когда «концентрирование внимания непосредственно на идеях приводит к пренебрежению живой субстанцией, в которой эти идеи могут быть единственно реализованы художественным образом».

В случае символического изображения идеи художник теряет полифонию визуальных предметов и его отображение этих предметов или их архетипических качеств (например, форм и цветов) может проявить трагическую ограниченность человека. Однако сами по себе качества предметов или проблемные идеи ориентируют людей на использование их на практике или в познании возникающих исследовательских задач.

Черный цвет, как и другие ахроматические и хроматические цвета имеет свою символику. Он, как и другие цвета содержится в иконологических эмблематических изображениях, в государственных гербах, в символах, эмблемах и других знаковых формах. То же относится к другим цветам и к другим формам и величинам предметов относительно друг друга. При этом одному и тому же цвету, одной и той же форме в истории разных культур могут придаваться идентичные и противоположные значения.

С точки зрения физики равновесие – это состояние тела, в котором действующие на него силы компенсируют друг друга. Данное определение применимо и к визуальному равновесию. В этом отношении «Черный квадрат» К. Малевича имеет выраженное равновесие в своем прямостоянии на одной из сторон, придавленный тяжестью черного цвета. Хотя реальная толщина любой плоскостной формы равна нулю, зная это, чертежник К. Малевич заявлял, что он все краски и формы «свел в нуль». Черный – тяжелый цвет. Черный квадрат, стоящий на одной из своих сторон, – визуальная модель, обладающая центром тяжести, принуждающим его к равновесию. В этой позиции черный квадрат давит тяжестью, производимой цветом и формой. Квадрат, стоящий на точке опоры, благодаря установившемуся неустойчивому равновесию производит впечатление легкости. Даже черный цвет квадрата, стоящего в неустойчивом равновесии, не мешает воспринимать его в качестве легкого визуального образа. Именно в

позиции неустойчивого равновесия квадрат используется истари в орнаментах в разных культурах (начиная от родовых) и в разных конфессиях.

Восприятие человека укладывается в систему тех кодов, которые сложились в истории и реалиях его культуры. Этот факт дает основание говорить о том, что до недавнего времени коды или архетипы не имели абсолютного распространения в истории народов и носили относительно локальный характер. Лишь постепенно, благодаря обмену и интеграции культур, человечество обрело и обретает возможность присваивать коды и архетипы друг друга. Значения и смыслы простых эталонов, кодов и многосложных визуальных архетипов. В процессе истории выделенным формам и цветам человечество научилось придавать множественные значения и смыслы.

Восприятие визуальных кодов и архетипов находится в зависимости от усвоения тех культурных основ, которые содействуют наполнению образного и знакового потенциала его вариативных возможностей. Исходя из вышеизложенного, в программе курса «Цветоведение и колористика» разработаны задания по изучению архетипической триады цветов в различных пропорциональных соотношениях и связанных этим изменением восприятия смыслов композиции. Такая вариативность при ограничении используемых цветов и форм является одной из ведущих тенденций современного дизайна. Активно используется в проектной деятельности дизайнера.



Рисунок 6.5 – Примеры работ студентов по теме «Архетипическая триада» по курсу «Цветоведение и колористика».

#### **6.4 Мотивы Витебской художественной школы в современной фешен-фотографии**

Фешен-фотография, как ни одно другое направление искусства, фиксирует атмосферу времени, стиль и настроения эпохи, воплощая тот идеал, к которому культура неизменно стремится. Фотографии в стиле фешен можно понимать как в узком смысле – снимки дефиле, backstage,

презентаций одежды и аксессуаров домов моды, так и в широком – безграничный гламур, царящий в сфере глянцевой фотографии.

Неотъемлемая часть рекламной кампании – визуализация. Как только фотоаппараты смогли приемлемо выполнять свою главную функцию, самые известные модные бренды и рекламные агентства начали активно использовать фотографию вместо графики, доминировавшей тогда в полиграфии. Модные коллекции также стали фиксироваться с помощью фотографии. Сильное влияние на развитие жанра и формирование его специфического языка оказало искусство авангарда XX века, в том числе Витебская художественная школа [34].

У фешен-фотографии есть несколько направлений, они схожи между собой наличием модели и одеждой, но имеют некоторые отличия в стилистике, настроении, месте съемки и назначении снимков. Съемки на показах дизайнеров, съемки на улице (street-style), still-life – съемка одежды без моделей, коммерческие или каталожные фотографии. Фешен-фотография – главное ее отличие от предыдущих направлений – наличие истории и смысла. Одежда не является центральным элементом на фото, более важно создать атмосферу, наполнить кадр эмоциями. Фешен-фото – отображение моды, либо снимок, служащий для мира моды. Фешен-фотосъемка – оптимальный вариант для рекламных изданий. Важнейшим принципом фотосъемки является полная проработка образа, построенная не только на общем восприятии модели, но и на ее деталях. Виды фешен-фотографии:

Кампейн – съемка рекламной кампании коллекции.

Лукбук – имиджевая съемка ключевых образов коллекции.

Каталог – съемка всех единиц коллекции в едином стиле для продажи онлайн.

Примеры использования мотивов Витебской художественной школы в современной фешен-фотографии приведены на рисунках 6.6 и 6.7



Рисунок 6.6 – Дипломная работа «Супрематизм в контуре»



Рисунок 6.7 – Фешен-фотосессия по мотивам работы Малевича «Черный квадрат», автор Наговицына Т. В.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Супрематизм – течение искусства, относящееся к геометрическому абстрактивизму или геометрическому конструктивизму, позиционирующийся как способ «выражения высшей реальности». Впервые термин «супрематизм» был использован Малевичем для названия группы своих абстрактных картин.

Эстетика и некоторые художественные черты авангарда:

- эксперимент как манифест и как практическое направление творчества;
- отрицание традиционного искусства, а также эстетических и моральных норм обывательского и «буржуазного» мира;
- революционный и подчас разрушительный пафос творчества;
- отказ от канонов XIX века в изобразительном искусстве, т. е. отказ от изображения видимой действительности;
- стремление создать новое в формах, средствах художественного мира;
- эпатажный характер поведения и презентации;
- признание и преклонение перед достижениями научно-технического прогресса.

Идеи УНОВИСа, оказавшие влияние на развитие мирового искусства, изучают в самых престижных учебных заведениях. Работы его членов находятся в самых знаменитых музейных коллекциях мира. Но до сих пор наследие УНОВИСа не внесено в список исторического наследия Беларуси и ЮНЕСКО. Для жителей Витебска и новых поколений художественных сообществ города и страны многие ценности витебской истории возвращаются через иностранные источники. Поэтому просто необходимо, чтобы люди сами участвовали в познании, сохранении, распространении и развитии историко-культурного и педагогического наследия УНОВИСа.

Дизайн как основной компонент организации информационной, предметной среды общества постоянно находится в движении к доступности визуальных сообщений, адекватности содержания и визуальной экспрессивности, психо-эмоциональному воздействию на человека, целевую аудиторию, сообщества. На фоне исследований в области визуального дизайна пристальное внимание к пионерам авангардизма сегодня не кажется чрезмерным, многие найденные ими принципы в области экспериментов абстрактного языка, геометризации и структуризации композиции в плоскости и пространстве, цвета и ритма, масштаба и ракурса стали основополагающими в дизайне в целом, и в графическом дизайне, в частности.

Термины – авангард, супрематизм, УНОВИС, Малевич, Лисицкий для витебских студентов не просто слова из истории искусств, а

реальность, помогающая освоить профессиональный опыт визуального дизайна. Включение в семестровые задания по дизайн-проектированию в рекламе и РВМ тем УНОВИС и АВАНГАРДА в разных контекстах для специальности «Дизайн» кафедры дизайна и моды факультета дизайна УО «ВГТУ» дает возможность погружения в нее через анализ, осмысление и практику. Это признание влияния Витебской художественной школы (особенно начала XX века) на всю культуру человечества и визуальный дизайн в частности. Острая и актуальная до сих пор тема создает студентам особое настроение для ее проектного решения, стимулирует активные поиски, задает высокую планку. И творческий потенциал студентов «растет» вместе с постижением, переосмыслением всего того, что дало беспредметное искусство Витебского ренессанса.

Кафедрой постоянно ведется исследовательская работа в области изучения влияния и вклада авангардного искусства, определенного родоначальниками Витебской школы, на дизайн по различным направлениям. Такой интерес к представленному направлению вызван тем, что витебские художники и дизайнеры по историческому и духовному праву являются продолжателями супрематических традиций, заложенных УНОВИСом. Проводятся проекты, связанные с авангардным искусством XX века. Тема продолжения идей Витебской школы в дизайне прослеживается во многих научно-исследовательских работах и дипломах.

Кафедра дизайна и моды УО «ВГТУ» кроме теоретических оценок становления, развития и влияния Витебской школы, изучение представленной тематики носит практический характер использования сложившихся художественных практик авангардного объединения и дальнейшего их развития как в лице художников, продолжающих это направление, так и в качестве концепт-проектов, заставляющих витебских дизайнеров, архитекторов и художников всего мира переосмыслить наследие авангарда начала XX века. Исследования и дизайн-проекты решают задачу визуализации и пропаганды идей Витебской художественной школы для широких кругов общественности, осмысливают величину явления супрематизма и его влияние на современный дизайн, продолжают традиции УНОВИСа, выявляют новые аспекты и возможности. Важной составляющей проектов является и мотивация преподавателей и студентов продолжить деятельность «учредителей нового искусства» в современной жизни.

УНОВИС – это многофункциональная практико-ориентированная художественная программа и методология основателей авангардного искусства Казимира Малевича, и Эль Лисицкого, а также их учеников Ильи Чашника, Лазаря Хидекеля и других, принимавших активное участие в работе объединения. Динамичное развитие креативной модели УНОВИС активно влияет на современную цифровую

трансформацию в мире. Особое место занимает уникальная практика инновационных решений членов «УНОВИС» в области графического дизайна, визуальных коммуникаций. Практическая значимость и актуальность научно-исследовательской работы заключается в том, что 2020 год являлся годом 100-летия программы УНОВИС, и это важный повод для исследования феномена супрематических идей в Витебске и его воздействия на многие культурные процессы в искусстве и дизайне во всем мире.

В настоящее время значительно больше абитуриентов выбирают именно ВГТУ для получения высшего образования в сфере дизайна, так как выпускники университета на своем примере показали, что все возможно. И сейчас амбициозные и талантливые студенты пробуют свои силы в разных областях дизайна, не ограничиваясь одним направлением, участвуют в республиканских конкурсах, не боясь представить свои работы на публике, многие хотят добиться невероятных высот в будущем и получить бесценный опыт. Поэтому уверенно можно заявить: дальше – больше. В полной мере белорусскому дизайну еще предстоит себя показать, в котором будет насыщенное разнообразие творческого видения дизайна. Повлияла ли Витебская школа на современный дизайн. Безусловно, именно благодаря людям, которые показывают свое творчество миру, формируется и развивается для начала белорусский дизайн, а после презентуется и в других странах мира, что не может не вдохновлять для еще большей и упорной работы как дизайнеров, так и еще пока студентов Витебской школы дизайна.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамович, Н. А. Основные принципы правильной топологии 3D модели / Н. А. Абрамович, И. А. Коротков // Материалы докладов 50-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной Году науки : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – Т. 2. – С. 46–48.
2. Абрамович, Н. А. Проектирование экспозиции этнографического музея кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ» / Н. А. Абрамович, И. М. Ушкина, Е. А. Лукьяненко // Материалы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ» – Витебск, 2020. – Т. 2. – С. 65–67.
3. Абрамович Н. А., Данилюк Д. С. Дизайн-концепт наружной рекламной установки. Материалы и технологии. 2019. – № 1 (3). – С. 83–89.
4. Абрамович, Н. А. Актуальные тренды типографики / Н. А. Абрамович, А. С. Беляева // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 105–107.
5. Абрамович, Н. А. Эстетические и технические особенности шрифта типа гротеск. / Н. А. Абрамович, Я. В. Гуняга. // Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Тезисы докладов. – Витебск, 2022. – С. 170–171.
6. Абрамович, Н. А. Типографика. Принципы типографики в UX/UI-дизайне : методические указания по выполнению практических заданий / УО «ВГТУ» ; сост. Н. А. Абрамович. – Витебск, 2022. – 45 с.
7. Абрамович, Н. А. Эль Лисицкий. Конструктор книги / Абрамович Н. А., Нехаева П. Ю. // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 100–102.
8. Васильева, Г. С. Арт-событие «По ту сторону квадрата» – выставка преподавателей и студентов кафедры дизайна и моды УО «ВГТУ» / Г. С. Васильева, Н. И. Тарабуко, С. В. Андреева // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 94\_96
9. Ворохобко, М. В. Типографика : конспект лекций / М. В. Ворохобко ; УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – 35 с.
10. Волкова П. Д. Мост через бездну. Великие мастера / П. Д. Волкова – «Издательство АСТ», 2016. – 225 с.

11. Борисов К. Агитационный фарфор. Таллин, 2007. – 156 с.
12. Грибер Ю. А. Градостроительная живопись и Казимир Малевич. Монография. М.: ООО «Издательство «Согласие», 2014. – 160 с.
13. Жюстин, А. А. Концепция малых архитектурных форм по мотивам УНОВИСА / А. А. Жюстин, Н. Н. Самутина // Межвузовская (с международным участием) молодежная научно-техническая конференция «Молодые ученые – развитию национальной технологической инициативы» (Поиск-2022) : сборник материалов, 26–28 апреля 2022 г. : в 2 ч. / ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет». – Иваново, 2022. – С. 427–429.
14. Казарновская Г.В. Реконструкция слущких поясов на современном оборудовании : монография / Г. В. Казарновская, Н. А. Абрамович. – Витебск : УО «ВГТУ», 2017. – 164 с.
15. Кириллова, И. Л. Пластика в абстрактной композиции / И. Л. Кириллова, А. С. Байкова // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 59-61.
16. Кириллова, И. Л. MEDIA-дизайн как новая среда коммуникаций / И. Л. Кириллова, П. В. Тимошенко // Материалы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – Т. 2. – С. 77–79.
17. Котович, Т. В. Особняк Вишняка = Школа Шагала : монография / Т. В. Котович ; М-во образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова». – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2017. – 51 с.
18. Котович, Т. В. Супрематизм на «Последней футуристической выставке картин «0, 10» – развёртка супрематического канона / Искусствоведение и дизайн в современном мире: традиции и перспективы / Сб. мат. XII Всерос. науч.-практ. конф. / Тамбовский госун-т., Татаринцева И.В. (отв. ред.) – Тамбов, 2019, – С. 7 – 11.
19. Котович, Т. В. Квадрат: Пространство действия : монография / Т. В. Котович; М-во образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова». – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – 115 с.
20. Котович, Т. В. #UNOVIS100: педагогическая система Малевича : монография / Т. В. Котович ; М-во образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова». – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2022. – 207 с.

21. Котович, Т. В. Педагогический метод Малевича как внедрение супрематического канона/ Диалог искусств и арт-парадигм: статьи, очерки, материалы. Т. 4 – Саратов, 2019. – С. 272–283.
22. Котович, Т. В. Энциклопедия русского авангарда / Т. В. Котович. – Мн.: Экономпресс, 2003. – 416с.
23. Котович, Т. В. Витебская художественная школа: концептуализация термина / Т. В. Котович. – Искусство и культура. 2013. – № 4 (12). – С. 6–13.
24. Котович, Т. В., Витебский УНОВИС : монография / Т. В. Котович. – Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова, 2018 – 188 с.
25. Кумзерова, Т. В. Работа супрематистов на государственном фарфоровом заводе: основные этапы и концепции / Новое искусствознание. История, теория и философия искусства. 2019. – № 4. – С. – 6–15.
26. Лисов А. Г. Феномен Витебской художественной школы: проблемы осмысления действительности. / А. Г. Лисов – материалы международной научной конференции : Витебская художественная школа: история и современность : Витебский музей современного искусства : Витебск, 2013. –5–19 с.
27. Малевич, Казимир Северинович (1879–1935). Собрание сочинений [Текст] : в 5 т. / К. Малевич; Общ. ред., вступ. ст., сост., подгот. текстов и коммент.– А. С. Шатских. – Москва : Гилея, 1995–2004.
28. Малевич, К. С. О новых системах в искусстве / К. С. Малевич// Собр. соч.: в 5 т. – Москва: Гилея, 1995. – Т.1. – С. 153–184.
29. Малевич, К. С. От кубизма и футуризма к супрематизму/ К. С. Малевич// Собр. соч.: в 5 т. – Москва: Гилея, 1995. – Т.1. – С. 35–55.
30. Малевич К. Собрание сочинений в 5 томах. Том 3: Супрематизм. Мир как беспредметность, или Вечный покой. С прилож. писем К. Малевича к М. О. Гершензону. 1918–1924 / Сост., публ., вступ. ст., подг. текста, комм. и примеч. А. С. Шатских. – М.: Гилея, 2000. – 389 с.
31. Малевич К. Собрание сочинений в 5 томах. Том 3: Супрематизм. Мир как беспредметность, или Вечный покой. С прилож. писем К. Малевича к М. О. Гершензону. 1918-1924 / Сост., публ., вступ. ст., подг. текста, комм. и примеч. А. С. Шатских. – М.: Гилея, 2000. – 398 с.
32. Малевич К. Собрание сочинений в 5 томах. Том 1: Статьи, манифесты, теоретические сочинения и др. работы. 1913–1929 / Общ. ред., вступ. ст., сост., подг. текстов и комм. А. С. Шатских; раздел «Статьи в газете «Анархия» (1918)» – публ., сост., подг. текста А. Д. Сарабьянова. – М.: Гилея, 1995. – 393 с.
33. Миронова, Л. Н. Constructio / Л. Н. Миронова, Т. В. Котович, О. Архипова. – Минск : 2012. – 16 с.

34. Наговицына, Т. В. Супрематизм как творческий источник в проектировании одежды / Т. В. Наговицына // Новое в технике и технологии текстильной и легкой промышленности : материалы докладов международной научно-технической конференции, Витебск, 27–28 ноября 2013 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2013. – С. 231–233.

35. Попковская, Л. В., Абрамович, Н. А., Дудко, А. А. Проектирование студенческих коллекций одежды из льна. Тезисы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2020. – С. 207–208.

36. Попова, А. В. Дизайн-концепт наружной рекламы для города Витебска / А. В. Попова, Д. А. Стасюк // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ» – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 152–154.

37. Попова, А. В. Дизайн-проектирование в рекламе : конспект / А. В. Попова ; УО «ВГТУ». – Витебск, 2016. – 55 с.

38. Попова, А. В. Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников», г. Витебск / А. В. Попова, И. Л. Кириллова, Н. М. Кириллова // Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь : материалы докладов Международного научно-практического симпозиума, Витебск, 3 ноября 2020 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 224–227.

39. Попова, А. В. Теория и практика рекламы : конспект лекций / А. В. Попова ; УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – 104 с.

40. Расхождение с конструктивистами. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sv-scena.ru/Buki/Malyevich.25.html> – Дата доступа: 02.03.2024.

41. Самутина, Н. Н. Design of household lighting devices = Дизайн бытовых приборов освещения / Н. Н. Самутина, А. А. Жюстин // Education and science in the 21st century : articles of the VI International Scientific and Practical Conference, Vitebsk, November 11, 2021 / Vitebsk State Technological University. – Vitebsk, 2021. – P. 34–37.

42. Стасюк, Д. А. Стратегия брендинга города Витебска / Д. А. Стасюк, А. В. Попова // Наука. Технологии. Инновации : материалы Международного фестиваля креативных индустрий «Креадром», Челябинск, 18–20 апреля 2023 г. / Международный Институт Дизайна и Сервиса. – Челябинск, 2023. – С. 215–217.

43. Тарабуко, Н. И. Знаки и знаковые системы в дизайне / Н. И. Тарабуко. – Витебск: УО «ВГТУ», 2009. – 284 с.

44. Тарабуко, Н. И. Визуальная коммуникация образа города Витебска / Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович В сборнике: Наука. Технологии. инновации. Материалы Международного фестиваля креативных индустрий. Челябинск, – 2023. С. 220–223.

45. Тарабуко, Н. И., Горовая, Т. Р. Рекламно-информационная поддержка проекта «#SUPREMШТОРМ. НОЧЬ» к 100-летию УНОВИС. Материалы докладов 53-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. В 2-х томах. Витебск, – 2020. – С. 100–102.

46. Тарабуко, Н. И., Абрамович, Н. А., Горовая, Т. Р. Разработка айдентики арт-событий, посвященных 100-летию юбилею УНОВИС. В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования в области инклюзивного дизайна и технологий: опыт, практика и перспективы. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Москва, 2021. – С. 75–81.

47. Тарабуко, Н. И. Постсупрематический экскурс в дизайн-проектировании : материалы международной научн. конф. «Витебская художественная школа: история и современность. Витебский музей современного искусства» : Витебск, 2013. – С.192–199.

48. Тарабуко, Н., Абрамович, Н., Евдокимов, П. Новые технологии и стратегии в продвижении витебского авангарда. Сб. тезисов по материалам международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы современного дизайна», 22 апреля 2021г. – Киев: КНУТД, 2021. – в 2 томах. Том 2. – С. 175–178.

49. Тарабуко, Н. И. Информационный видеопроjekt для музея истории ВНХУ г. Витебск / Н. И. Тарабуко, П. В. Евдокимов // Материалы докладов 52-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – Т. 2. – С. 64–67.

50. Тарабуко, Н. И. Плакат : конспект лекций / Н. И. Тарабуко ; УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – 59 с.

51. Тарабуко, Н. И. Информационный проект: типографика XX века / Н. И. Тарабуко, Е. А. Иванова // Материалы докладов 52-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – Т. 2. – С. 67–69.

52. Тарабуко, Н. И. Влияние Эль Лисицкого на современный дизайн в информационных плакатах / Н. И. Тарабуко, А. А. Васькович // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 177–179.

53. Творческое объединение AGORAprо. Процесс реализации выставочного проекта «Пионеры супрематизма. Проект Вербовка-100» // Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии/ Материалы XXIV Международной научной конференции : Сборник. – 2021. – С. 315–318

54. Толстикова, А., Анищенко, Ю. Концепция культурно-выставочного проекта «Вербовка-100». Воссоздание супрематических

вышивок (рус.) // Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии : Сборник трудов конференции. – 2018. – С. 311–314.

55. Ушакина, С. А. Формальный метод: Антология русского модернизма. Том 1. Системы / Под ред. С. А. Ушакина – Екатеринбург – Москва : Кабинетный ученый, 2016. – с. 952.

56. Цыбульский, М. Л. Витебская художественная школа / М. Л. Цыбульский // Регионы Беларуси. Т. 2. Витебская область: энциклопедия: в 2 кн. – Минск, 2010. – С. 191–192.

Научное издание

Г.В. Казарновская, Н.А. Абрамович, Н.И. Тарабуко,  
Н.Н. Самутина, М.В. Ворохобко, С.А. Оксинь, Т.Н. Луцейкович,  
Н.С. Захарчук, Д.Д. Дударева, А.В. Попова, И.Л. Кириллова,  
А.Г. Малин, Т.В. Наговицына

# ИССЛЕДОВАНИЕ ВИТЕБСКОГО АВАНГАРДА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЕГО ИДЕЙ В ДИЗАЙНЕ ГРАФИЧЕСКОМ

Монография

Научный редактор *Н.А. Абрамович*  
Редактор *Р.А. Никифорова*  
Корректор *А.С. Прокопюк*  
Компьютерная верстка *Н.А. Абрамович*

---

Подписано к печати 28.05.2024. Формат 60x90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Усл. печ. листов 8,5.  
Уч.-изд. листов 10,8. Тираж 30 экз. Заказ № 138.

Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»  
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.  
Отпечатано на ризографе учреждения образования  
«Витебский государственный технологический университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/72 от 12 февраля 2014 г.  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.