

**Черных Дмитрий Геннадьевич**

## РУССКИЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ЭТНОДИЗАЙН В XX – XXI ВЕКЕ

УДК: 658.512.3

ББК: 30.18

### **Аннотация**

*В статье кратко излагается история смены русского исторического стиля авангардными течениями в дизайне в XIX–XX веков и наступление эпохи постмодернизма, которая к середине XX века ознаменовала собою отход от нигилизма неоавангарда и частичный возврат к традициям. Раскрываются особенности использования русских этнокультурных мотивов в дизайне XXI века. Вводится понятие «этнодизайн», которому противопоставляется понятие «этнический китч». В качестве примеров проводится описание и искусствоведческий анализ нескольких современных дизайн-проектов. Подвергаются критике методы и приемы проектирования этнического китча. Обосновывается необходимость социальной ответственности разработчиков при создании дизайна на основе традиционной культуры.*

### **Ключевые слова**

*этнодизайн, этнический китч, графический дизайн, традиционная культура*

---

### **Отечественный дизайн в первой четверти XX века**

В начале XX века исторический стиль, заявивший о себе в странах Европы во второй половине XIX века, на рубеже веков оказывается вытесненным новыми авангардными тенденциями в искусстве и дизайне. Общеввропейский стиль модерн, конкурируя с историческим стилем, сосуществовал какое-то время параллельно с ним. Для этих двух стилей характерно использование орнаментального репертуара, построенного, однако, на разных принципах. Пришедшие им на смену конструктивистские тенденции в искусстве, архитектуре и дизайне с революционной решимостью отрицали все, что не укладывалось в их концепции.

Эти новые формалистические тенденции в самом общем рассмотрении акцентировали структуру, пространство, форму, геометричность, функциональность создаваемой дизайнером вещи. В рамках подобной оценки орнамент оказывался исключенным из рассмотрения и применения, что манифестационно оформлено А. Лоосом, который в 1908 г. заявлял, что «с развитием культуры орнамент на предметах обихода постепенно исчезает. ... Подлинным величием нашего времени является именно то, что оно уже неспособно придумывать новые орнаментации. Мы преодолели орнамент; мы научились обходиться без него» [1].

После 1917 года знамя авангарда почти на десятилетие оказалось в Советской России. Этому способствовали радикальные политические, экономические, социальные изменения, пережитые страной в первой четверти XX века и связанные с Октябрьской революцией. Грандиозные изменения в общественной жизни проявились и в проектной культуре.

В публикациях по рекламной графике советского периода нельзя не заметить присутствие ряда общих установок идеологического характера. Если рассматривать статьи 1920-1930-х годов, то почти все они сходятся на утверждении концепции «производственного» искусства и отрицании достижений предыдущего периода как издержек буржуазной культуры и сопутствующих ей явлений искусства [2].

В проектной графике в тот период изображение механических частей машин, шестеренок, производственных корпусов, дымящихся заводских труб почиталось отечественными критиками за художественное достоинство.

---

Эпоха постмодернизма к середине XX века повсеместно ознаменовала собою отход от экстремизма и нигилизма неоавангарда, частичный возврат к традициям. Новую силу обретает декорирование пространства, для чего привлекается и орнаментальный репертуар. Деконструктивистские тенденции начали вписывать орнаментальные композиции в геометрические поля коллажа как напоминание, например, о существовавших больших, или этнографических, стилях [3].

Архитектор Ээро Сааринен, критикуя ограниченность концепции функционализма, писал: «Как только возникает уверенность, что творить следует не только во имя чисто функционального пуризма, но и преследуя эстетические цели, которые себя оправдывают, тогда и могут быть созданы условия для постепенного появления орнамента» [4].

Еще в середине XX века авторитетные мастера стали допускать появление орнамента в архитектуре, тем более актуальным это стало для такого динамично меняющегося вида деятельности, как графический дизайн. Орнамент, будучи одним из важнейших этнокультурных факторов, оказался востребованным и в XXI веке.

### **Этнокультурные мотивы в XXI веке**

Одной из тенденций современного постмодернистского общества является обращение к культурно-историческим истокам. Дизайн, созданный на основе этнокультурных мотивов, – мировой тренд. Сегодня исторически знаковые узоры и орнаменты украшают наряды от именитых модельеров, предметы интерьера и мебель в разных государствах. Помимо модных тенденций, есть и объективные причины, по которым этнокультурные мотивы актуальны для современного дизайна. Это обозначение экологической безопасности продуктов питания, необходимость подчеркнуть традиционную технологию их производства; присутствие своеобразного этнического маркера для некоторых промышленных товаров, несущих на себе отпечаток национального своеобразия; дизайн-обеспечение продукции, связанной с русской национальной культурой; рекламно-информационное сопровождение туристического бизнеса внутри России и оформление национальных культурно-массовых мероприятий; а также необходимость создания имиджа для представления России на международной арене (выставочные, спортивные, экономические, политические, культурные мероприятия).

Необходимо выработать рабочее определение, способное дать характеристику этим тенденциям. Под этнодизайном мы подразумеваем дизайн-продукт, выполненный при помощи стилизации этнокультурных мотивов. Необходимое условие его создания – наличие такого объема знаний о традиционной культуре, которое позволяет проектировщику, во-первых, идентифицировать исторические артефакты в их социокультурном контексте, во-вторых, используя профессиональные навыки, специальное образование, творческий потенциал, техническое оснащение, создавать новый визуальный образ, осознавая свою социальную ответственность перед обществом.

Высокие технологии в производстве тех или иных объектов дизайна, созданные с целью улучшения качества жизни массового потребителя, вступили в критическое противоречие с природой человека. Обращение к природной тематике естественно для социально ответственного проектировщика, понимающего и разделяющего проблемы современного общества. Во многих европейских странах уже приняты программы по разумному и бережному использованию природных ресурсов и созданию среды, наиболее близкой человеческой природе [5].

Основной формой хозяйствования (существования) для восточных славян было земледелие, поэтому все, что связано с аграрно-магической тематикой, неизбежно отображалось в орнаментальных символах. Растительным мотивам в русской традиционной культуре придавалось большое значение, фактически они составляли основу орнаментального «политеса». Со временем орнаментальные композиции все более усложнялись, образовывали композиционные схемы, в которых переплетались реальные и сказочные мотивы; эти элементы культурного наследия придают национальный колорит проектам дизайнеров-графиков.

В связи с развитием рекламного бизнеса графический дизайн стал занимать лидирующее положение среди других видов дизайна. Объектами деятельности дизайнера-графика стали упаковки, обложки книг, визуальная реклама, выставки и витрины магазинов, заставки к фильмам и телепередачам и т. д. Коммерческие объекты графического дизайна благодаря приемам, рассчитанным на привлечение внимания, приобретают ту визуальную форму, в которую облачается китч. В этом отношении китч предстает как основная образная идея объектов графического дизайна, т. е. их дизайн-концепция [6].

Взяв за основу определение понятия «китч» Р.Ю. Овчинниковой [6], мы дополним его, включив в него социальную графику. В таком случае китч-концепция в графическом дизайне формулируется следующим образом: китч – это лишенный условности, упрощенный иконический образ, использующийся как в коммерческой, так и в социальной графике и ориентированный на привлечение массового потребителя через симуляцию его ценностей с помощью устойчивых знаковых форм и системы приемов.

Необходимым условием создания китч-образа является аналоговое проектирование, где основное внимание уделяется условной имитации внешнего подобия объекта (транслирование аналоговой формы) при отсутствии внутреннего содержания (информационного, научного, философского и т. д.) при помощи изъятых из исторического контекста образа, стилизованного и помещенного в новый контекст. Исследование предмета проектирования, культурологический, сравнительный анализ, получение информации, выходящей за рамки клише и упрощенного толкования, может представлять для создателя китч-образа определенную опасность, так как это способствует усложнению создаваемого образа, запуска механизма самоконтроля у проектировщика.

Но утверждение Р.Ю. Овчинниковой о том, что «объекты графического дизайна, ... в эпоху рыночных отношений приобретают визуальную форму китча», на наш взгляд, верно лишь отчасти, так как, акцентируя внимание на экономической составляющей, не учитывают человеческий фактор.

Среди мастеров-ремесленников, ориентированных на производство предметов традиционной культуры, художников декоративно-прикладного искусства ведутся дискуссии об актуализации народных промыслов в XXI веке. Оказываются вовлеченными в процесс и дизайнеры, и модельеры, использующие в своих проектах этнокультурные мотивы. Единого мнения по целому ряду вопросов (по поводу допустимости искажения символического и смыслового значения, колористических схем, изъятия из контекста традиционного контента, по возможности работы с новыми материалами, по использованию новых технологий, которые позволяют масштабировать объект в большом диапазоне) нет.

Как и в любой дискуссии, существуют две диаметрально противоположные точки зрения. Охранительная, консервативная позиция при всех плюсах, имеет, на наш взгляд, один существенный недостаток: в перспективе она обречена на поражение, так как недооценивает влияние научно-технического прогресса на жизнь человека. Радикальная же точка зрения, ратующая за новаторство, технологические новшества и смелые проектные решения, может привести к дискредитации традиционной культуры, деградации, размыванию ее основ и перерождению в китч.

При создании этнодизайна определяющее значение имеет предшествующий проектированию подготовительный процесс: изучение исторических артефактов, связанных с традиционной культурой, сбор и анализ соответствующей искусствоведческой информации, корректная стилизация, правильный выбор техники исполнения.

### **Русский этнодизайн и этнический китч в современных проектах**

Рассмотрим примеры этнодизайна и продукции, которую можно охарактеризовать как этнический китч-образ. Одно из перспективных направлений, где дизайнеры применяют этнокультурные мотивы – это упаковка и этикетка для продуктов питания. В упаковке регулярно используется этнокультурная тематика, чтобы подчеркнуть экологическую безопасность



Рис. 1. а – Традиционная хохломская роспись (прототип) и этикетка для кваса «Русский дар», рекламное агентство «Штольцман и Кац»; б – Традиционная роспись Гжель (прототип) и упаковка для сметаны «Сметана Сметановна» компании Ehrmann

и традиционную технологию изготовления товара, а также этническую принадлежность продукта. Например, квас – национальный восточнославянский напиток, изготавливаемый в ряде случаев по традиционной рецептуре и из натуральных компонентов. Разработчикам этикетки для кваса «Русский дар» рекламному агентству «Штольцман и Кац» (Екатеринбург) необходимо было создать упаковку, которая будет показывать исключительность именно этого продукта и вписываться в его позиционирование под девизом «Верность русским традициям». Чтобы передать идею важности народных традиций для современного человека, «Штольцман и Кац» сделали основой айдентики бренда знаменитый традиционный хохломской орнамент – один из самых ярких символов России [7].

Если допустить, что с точки зрения маркетинга данный продукт выполнен качественно, то с точки зрения визуального образа – это типичный китч-продукт: орнамент достоверно передает стилистику хохломской росписи; по центру располагается поле, на котором помещается название кваса «Русский дар» и изображение жар-птицы – своего рода фирменного знака товара; само поле по конфигурации напоминает купол православного храма и его отражение; название набрано многократно тиражируемым шрифтом типа «ижицы». Таким образом, очевидно стремление разработчика создать лишенный условности, упрощенный иконический образ, ориентированный на привлечение потребителя через симуляцию его ценностей с помощью устойчивых знаковых форм и системы приемов [6], т. е. этнический китч-образ рассчитан на восприятие потребителя с клишированным сознанием.

Следующий проект – упаковка для сметаны компании Ehrmann «Сметана Сметановна». Творческая идея – использование популярной стилистики народного промысла Гжель для оформления упаковки молочных продуктов, а также визуального образа в данной стилистике, связанного с бренд-неймом и вызывающего положительные эмоции у целевой аудитории [8].

Хотя шрифтовая гарнитура (Cooper Black), которая используется в продукте, не отличается оригинальностью и регулярно наблюдается в оформлении аналогичных товаров, все остальные элементы – это качественный этнодизайн. Основу визуального образа составляет удачно стилизованная под народный промысел современная рисованная графика, в ней присутствует юмор и удачно обыгрывается цвето-графическое решение (рис. 1 б).

Пермско-московская дизайн-студия «Витамин» в своих проектах активно использует русские этнокультурные мотивы. Это часть их корпоративной идеологии – популяризация культурного наследия России. Прототипом графических образов служат росписи предметов крестьянской утвари из собрания Алексея Германовича, директора программ в государственной и социальной сферах Московской школы управления в Сколково.



Рис. 2. Работы дизайн-студии «Витамин». а – Прототип и современная стилизация. Проект универсального орнамента на основе расписных вологодских сундуков. Авт. Д. Меркушев; б – Прототип (вверху) и современная стилизация (внизу). Проект универсального орнамента на основе северодвинской росписи. Авт. Н. Нецветаева

Несмотря на то, что многие работы дизайн-студии с использованием русских этнокультурных мотивов представляют эстетическую ценность, встречается среди их проектов и этнический китч.

Проект универсального орнамента на основе расписных вологодских сундуков. Яркий, контрастный геометрический орнамент автор проекта Дмитрий Меркушев предлагает разместить на прицепах большегрузных автомобилей, фасадах промышленных зданий, стенах станций метро [8]. Секрет успешной стилизации прост: во-первых, без изменений заимствованная цветовая гамма с прототипов (сундуков); во-вторых, геометрический орнамент не много теряет в компьютерной обработке; в-третьих, несмотря на упрощение некоторых деталей, стилизация проведена бережно, с максимальным сохранением характерных пропорций росписи, с точной передачей основных орнаментальных узлов; в-четвертых, сундуки предназначались для хранения и транспортировки товаров, эту функцию в современном мире выполняют, в том числе, большегрузные автомобили. В итоге использование стилизованной традиционной росписи в новом контексте логично и не вызывает диссонанс (рис. 2а).

Другой проект студии «Витамин», на наш взгляд, является примером китч-продукта. Это проект универсального орнамента на основе северодвинской росписи. Главным персонажем на прототипе являются, по всей видимости, «райские птицы» заимствованные дизайнером с прялки XIX века. Традиционная русская прялка – уникальный инструмент, имеющий не только утилитарное, но и очень важное символическое значение в народной культуре. С самых древних времен на прялках традиционно изображались сцены макрокосмического масштаба и глубокого семантико-мифологического значения. И только в XIX веке, времени угасания крестьянской традиционной культуры, на прялках стали появляться светские жанровые сценки. Но на оригинальной росписи изображены, по всей видимости, древние сюжеты, имеющие для своих создателей сакральный смысл [10].

Автор проекта предлагает наносить стилизованный орнамент на различные предметы быта и товары потребления: посуду, спортивные товары, водку, мягкую мебель. Скопировав фрагменты росписи с изображением, предположительно, «райских птиц» и «мирового дерева», дизайнер кардинально поменял цветовую гамму: традиционная красно-бело-зелено-синяя гамма была заменена на розово-травянисто-зеленую на белом фоне [11].

Вольная интерпретация цветовой гаммы без учета смыслового значения цвета в русском традиционном искусстве привела к размыванию национального колорита в проектных работах; изъятие из контекста отдельных фрагментов традиционной росписи, их стилизация с последующим помещением в новый контекст приводят к социокультурному диссонансу при визуальном восприятии (рис. 2б).

Еще одна работа студии «Витамин» – паттерн для нефтяной компании на основе



Рис. 3. Работы дизайн-студии «Витамин». а – Прототип (слева) и современная стилизация (справа). Паттерн для нефтяной компании на основе трехгранно-выемчатой резьбы. Авт. Е. Епейкина; б – Прототип (вверху) и современная стилизация (внизу). Орнамент для нефтяной компании на основе северодвинской росписи. Авт. И. Рябов

трехгранно-выемчатой резьбы. Самый древний вид геометрической резьбы выполняется в виде вариационных композиций из двух-, трех- и четырехгранных выемок, составляющих на поверхности узор из геометрических фигур — треугольников, квадратов, окружностей, применяемых главным образом в украшении предметов домашнего обихода. Орнаментальные мотивы оказались чрезвычайно устойчивыми, сохранив семантико-мифологическое значение с языческих времен вплоть до XIX века.

Технология трехгранно-выемчатой резьбы создавала характерную фактуру и игру светотени. Дизайнер Евгения Епейкина сохранила этот эффект, используя вариации тона. Созданный на основе модульной сетки орнамент имитирует эффект резьбы, где среди ритмично чередующихся однообразных графических элементов расставлены композиционные акценты [12]. Несмотря на то, что древний орнамент помещен в современный контекст, его пришлось увеличить в несколько раз, этот продукт стилизации не вызывает диссонанса благодаря модульной сетке, ритму и сдержанной цветовой гамме. Эту работу можно рассматривать как попытку соотнести этнокультурную и экологическую суть современного дизайнера с транспортировкой нефти для промышленных нужд. Пусть опосредованно, но повлиять на сознание добытчика и перевозчика нефтепродуктов, вызывая к его социальной ответственности (рис. 3а).

Следующий проект студии «Витамин» вновь посвящен нефтедобывающей промышленности и представляет очередную попытку стилизовать для нее северодвинскую роспись. Дизайнер Игорь Рябов позаимствовал с прялки изображение птички размером в несколько сантиметров, после стилизации и обработки на компьютере в графических редакторах увеличил ее до десятка метров и разместил на резервуаре нефтехранилища. Птичка как отдельный фрагмент, изъятая из контекста росписи, была помещена в новый контекст, что вызывает социокультурный диссонанс. Стилизация артефакта была проведена грубо, упрощенная компьютерная птичка не выдержала испытание масштабом. Данную работу можно охарактеризовать как этнический китч [13] (рис. 3б).

Подводя итог, отметим, что среди рассмотренных проектов, в которых дизайнеры используют русские этнокультурные мотивы, есть как этнодизайн, так и этнический китч. На дизайн-проектирование оказывают влияние экономические и социальные факторы: творческий потенциал автора, его опыт работы, образование, временные рамки, отведенные для проекта, бюджет проекта, отсутствие достоверной информации по историческим артефактам и аналогам, эстетическая неискушенность заказчика.

Дизайнер, использующий этнокультурные мотивы в своей работе должен осознавать свою социальную ответственность, и прежде чем приступить к проектированию, провести

хотя бы небольшое исследование того культурного явления, откуда он собирается заимствовать визуальные образы, а подвергая культурное достояние предков современной стилизации, помнить о принципе «не навреди».

Нам представляется, что дизайн, основанный на этнокультурных мотивах, нельзя определить как этнодизайн вообще. Не существует единого, общекультурного этнодизайна. Если в дизайн-проекте присутствует эклектика, смешение стилей, – это, скорее, китч. Говоря об этнодизайне, необходимо каждый раз указывать этническую принадлежность этого явления, так как культурно-исторический путь у каждого народа свой. Общими должны стать принцип «глубокого погружения» проектировщика в традиционную культуру, корректная стилизация культурно-исторических артефактов и создание нового визуального образа с учетом современных глобальных тенденций в графическом дизайне.

### Библиография

1. Лоос, А. Орнамент и преступление // Мастера архитектуры об архитектуре Под ред. А.В. Иконникова и др. – М.: Искусство, 1972. – С. 144.
2. Глинтерник, Э. М. Историография российской дизайн-графики 1920–1930-х годов // Время дизайна: мат-лы V междунар. науч. конф. Модуль 2011. Восьмая Петербургская биеннале дизайна.– СПб., 2013. – С. 42.
3. Иванов, Н. А. Орнамент в западноевропейской теории дизайна XIX – XXI вв.: дис. ... канд. искусствоведения. – СПб., 2010. – С. 3 – 4.
4. Сааринен, Э. Цвет, текстура и орнамент // Мастера архитектуры об архитектуре. – М.: Искусство 1972. – С. 510.
5. Курочкин, В.А. Экологические приёмы формообразования в дизайне [Электронный ресурс] / В.А. Курочкин//Архитектон: известия вузов. – 2013. – № 41. – URL: [http://archvuz.ru/2013\\_1/16](http://archvuz.ru/2013_1/16)
6. Овчинникова, Р.Ю. Китч как концепция в графическом дизайне: автореф. дис. ... канд. искусствоведения.– Екатеринбург, 2007.– С. 9 –16.
7. Русский дар. Разработка упаковки [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.katz.ru/portfolio/100015/>
8. Этикетки для продуктов питания, в том числе для напитков[Электронный ресурс]. – URL: <http://2000.adfestival.com.ua/festival/winupak/winupak1e1.html>
9. Универсальный орнамент на основе расписных вологодских сундуков [электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rubranding.com/проекты/универсальный-орнамент-на-основе-рас/>
10. Северодвинская роспись [Электронный ресурс] – URL: <http://rubranding.com/прототипы/северодвинская-роспись/>
11. Универсальный орнамент на основе северодвинской росписи [Электронный ресурс] – URL: <http://rubranding.com/проекты/универсальный-орнамент-на-основе-сев/>
12. Паттерн для нефтяной компании [Электронный ресурс] – URL: <http://rubranding.com/проекты/паттерн-для-нефтяной-компании/>
13. Орнамент для нефтяной компании на основе северодвинской росписи [Электронный ресурс] – URL: <http://rubranding.com/проекты/орнамент-на-основе-северодвинской-ро/>

Черных Д.Г.,  
аспирант,

Южно-Уральский государственный университет,  
Челябинск, Россия, e-mail: [koreytcenin@rambler.ru](mailto:koreytcenin@rambler.ru)

Статья поступила в редакцию 12.12.2013

Электронная версия доступна по адресу: [http://archvuz.ru/2014\\_1/19](http://archvuz.ru/2014_1/19)

© Черных 2014

© УралГАХА 2014

Chernykh Dmitry G.

## RUSSIAN GRAPHIC ETHNODESIGN IN THE 20th –21st CENTURY

### Abstract

*The article briefly outlines the history of replacement of the Russian historical style by avant-garde trends in 19th-20th century design and the onset of the era of post-modernism, which by the mid-20th century marked departure from the nihilism of neo-avant-garde and partial return to traditions. The specific features of the use of Russian ethnocultural motifs in 21st century design are identified. The author introduces the concept of "ethnodesign", which is contrasted with the opposing concept of « ethnic kitsch». By way of illustration, a few design projects are described and critically reviewed. The methods and techniques of ethnic kitsch are criticised. The author states the need for social responsibility among designers who develop designs on the basis of traditional culture.*

### Key words

*ethnodesign, ethnic kitsch, graphic design, traditional culture*

### References

1. Ivanov, N. A. (2010) Ornament in Western European Theory of Design in the 19th-21st Century: PhD dissertation (Art Studies). Saint-Petersburg. (in Russian)
2. Loos, A. (1972) Ornament and Crime. In: Ikonnikov, A.V. (ed.) Masters of Architecture on Architecture. Moscow: Iskusstvo. (in Russian)
3. Saarinen, E. Colour, Texture and Ornament. In: Ikonnikov, A.V. (ed.) Masters of Architecture on Architecture. Moscow: Iskusstvo. (in Russian)
4. Kurochkin, V.A. (2013) Ecological Techniques of Form Generation in Design. Architecton: Proceedings of Higher Education. No. 41. Available from: [http://archvuz.ru/2013\\_1/16](http://archvuz.ru/2013_1/16) (in Russian)
5. Ovchinnikova, R. Yu. (2007) Kitsch as a Concept in Graphic Design: Summary of PhD dissertation (Art Studies). Ekaterinburg. (in Russian)
6. Russian Gift. Packaging Design [Online] Shtolzman and Katz. Available from: <http://www.katz.ru/portfolio/100015/> (in Russian)
7. Labels for Foodstuffs, Including for Beverages [Online]. Available from: <http://2000.adfestival.com.ua/festival/winupak/winupak1e1.html> (in Russian)
8. Northern Dvina painting [Online]. Available from: <http://rubranding.com/прототипы/северодвинская-роспись/> (in Russian)
9. Universal ornament based on Northern Dvina painting [Online] Ru.branding.project. Available from: <http://rubranding.com/проекты/универсальный-орнамент-на-основе-сев/> (in Russian)
10. Universal ornament based on painted Vologda chest [Online] Ru.branding.project. Available from: <http://rubranding.com/проекты/универсальный-орнамент-на-основе-рас/> (in Russian)
11. A pattern for an oil company [Online] Ru.branding.project. Available from: <http://rubranding.com/проекты/паттерн-для-нефтяной-компании/> (in Russian)

Chernykh Dmitry G.

PhD student,

South Ural State University,

Chelyabinsk, Russia, e-mail: [kopeytcenin@rambler.ru](mailto:kopeytcenin@rambler.ru)

Article submitted: 12.12.13

The online version of this article can be found at: [http://archvuz.ru/2014\\_1/19](http://archvuz.ru/2014_1/19)

© Chernykh 2014

© USAAA 2014