

The image features a vibrant red background with several white geometric shapes. At the top, there is a white square. Below it, a white rectangular shape is partially visible. A large white quarter-circle arc is positioned in the middle-left area. At the bottom-left, there is another white square. In the bottom-right corner, there is white text.

**11/12**  
октября  
2024 г.

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ

«ГРАФИЧЕСКИЕ  
КОНСТРУКЦИИ  
В ДИЗАЙНЕ»



1964



2024

УДК 658.512.2  
ББК 85.15  
Г78

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
имени А. Л. Штигица



Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица».

**Г78 Графические конструкции в дизайне:** Науч.-практ. конф., 11–12 октября 2024 г.: сб. тезисов; ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица»; науч. ред., сост. В. Е. Рябина-Заdernовская. — Санкт-Петербург: СПГХПА имени А. Л. Штигица, 2024. – 76 с.

ISBN 978-5-6052458-0-3

В сборник вошли тезисы докладов, прочитанных в рамках научно-практической конференции «Графические конструкции в дизайне». Целью конференции, которая была приурочена к 60-летию кафедры графического дизайна Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной академии имени А. Л. Штигица, было определение перспектив развития графического дизайна в России, обсуждение вопросов дизайн-образования и тенденций развития профессии, а также обмен опытом, развитие сотрудничества и укрепление связей в профессиональном сообществе. В конференции приняли участие преподаватели высших учебных заведений, дизайнеры, художники, искусствоведы, научные работники, аспиранты и студенты.

УДК 658.512.2  
ББК 85.15

ISBN 978-5-6052458-0-3

© Коллектив авторов, 2024  
© ФГБОУ ВО Санкт-Петербургская государственная  
художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица, 2024



**11/12**  
октября  
2024 г.

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ

**«ГРАФИЧЕСКИЕ  
КОНСТРУКЦИИ  
В ДИЗАЙНЕ»**

- 10 / Барсукова Н.И.  
КАТАЛОГ-РЕЗОНЕ  
ХУДОЖНИКА КАК НАУЧНЫЙ  
И ДИЗАЙН-ОБЪЕКТ /
- 12 / Белов А.Н.  
ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ  
МЕТОДОВ КОММУНИКАЦИИ  
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА /
- 14 / Витковская С.В.  
ИГРАТЬ, ОБУЧАЯСЬ,  
ИЛИ ОБУЧАТЬ, ИГРАЯ? /
- 16 / Гасюн Д.Б.  
ТРУДОУСТРОЙСТВО  
ВЫПУСКНИКОВ КАФЕДРЫ  
ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА  
СПГХПА ИМ. А.Л. ШТИГЛИЦА.  
ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ  
В ПРОФЕССИЮ /
- 18 / Диодорова Т.И., Чернова П.А.  
ТИПОГРАФИКА КАК ОСНОВО-  
ПОЛАГАЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ  
ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ /
- 20 / Дюг Т.А.  
ДИНАМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ  
ФОРМЫ ПЛАКАТА  
КАК СРЕДСТВА ВИЗУАЛЬНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ /
- 22 / Зотова К.В.  
СОЗДАНИЕ  
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА  
В КНИЖНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ,  
ВЫПОЛНЕННОЙ  
ПОСРЕДСТВОМ  
КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ /
- 24 / Канаikin П.С.  
ДИНАМИЧЕСКОЕ  
ПРОСТРАНСТВО КНИГИ /
- 26 / Комаров С.В.  
ЭСТАМП: ОСОБЕННОСТИ  
ПОДГОТОВКИ  
СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ  
ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА /
- 28 / Кондакова Ю.В.  
РОЛЬ ПРЕПОДАВАНИЯ  
АРТ-ПИАР В ПОДГОТОВКЕ  
СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ  
ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА /
- 30 / Лебедев А.Г.  
МЕТОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
ПРЕПОДАВАНИЯ ВУЗАХ  
ДИЗАЙНА УПАКОВКИ  
В УСЛОВИЯХ ДИНАМИЧНОГО  
РАЗВИТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕС-  
КИХ ТЕХНОЛОГИЙ, НОВЫХ  
УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
И ТРЕБОВАНИЙ РЫНКА /
- 32 / Лем А.С.  
ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ  
ИСКУССТВЕННОГО  
ИНТЕЛЛЕКТА В ГРАФИЧЕСКОМ  
ДИЗАЙНЕ /
- 34 / Лола Г.Н.  
КНИГА «ДИЗАЙН ПЕРЕМЕН»  
КАК МАНИФЕСТАЦИЯ  
МЕТОДА TRANSSCRIPT /
- 36 / Никитина А.А.  
МЕТОДИКА РАБОТЫ  
С КУЛЬТУРНЫМИ ФРЕЙМАМИ  
В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ /
- 38 / Погорелова А.Д.  
ШРИФТ КАК ЭМОЦИОНАЛЬ-  
НЫЙ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНА /
- 40 / Романова Л.Н.  
ФОРМИРОВАНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ-  
ДИЗАЙНЕРОВ В ПРОЦЕССЕ  
ПРОЕКТИРОВАНИЯ  
СЕРИЙНОГО ПЛАКАТА /
- 42 / Рябинина-Задерновская В.Е.  
ШРИФТ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ  
КАК МЕДИУМ ВИЗУАЛЬНОЙ  
КУЛЬТУРЫ
- 44 / Салтыкова Г.М.  
ИДЕНТИФИКАЦИОННАЯ  
ГРАФИКА В ГОРОДСКОЙ  
СРЕДЕ: ПРИНЦИПЫ  
ОБУЧЕНИЯ /
- 46 / Северова Т.С.  
ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ  
НАПРАВЛЕНИЯ  
ПОДГОТОВКИ «ДИЗАЙН»  
НА КАФЕДРЕ ДИЗАЙНА  
И МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ  
В ИСКУССТВЕ МОСКОВСКОГО  
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА /
- 48 / Сонина О.Э.  
АЙДЕНТИКА ВЫСТАВКИ  
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА:  
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
И ПОИСК КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ  
РЕШЕНИЙ /
- 50 / Хан П.Ч.  
МАКРО- И МИКРОТИПОГРА-  
ФИКА КАК СИСТЕМА  
ФРАКТАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ /

## КАТАЛОГ-РЕЗОНЕ ХУДОЖНИКА КАК НАУЧНЫЙ И ДИЗАЙН-ОБЪЕКТ / THE ARTIST'S CATALOGUE-RAISONNÉ AS A SCIENTIFIC AND DESIGN OBJECT

Н. И. Барсукова / N. I. Barsukova

Раскрывается опыт создания каталога-резоне художника-керамиста Юрия Новикова, выпускника ЛВХПУ имени В. И. Мухиной. Каталог-резоне рассматривается не только как научное исследование, но и как дизайн-объект, предназначенный для разной целевой аудитории и демонстрирующий синтез различных книжных жанров и видов деятельности.

*The research reveals the experience of creating a catalog-reason of the ceramic artist Yuri Novikov, a graduate of the of the Leningrad Vera Mukhina Higher School of Art and Design, not only as a scientific study, but also as a design object, intended for different target audiences and demonstrating the synthesis of various book genres and activities.*

### Ключевые слова / Keywords:

книга, дизайн, каталог-резоне, Юрий Новиков / book, design, catalogue-raisonné, Yuri Novikov.

Каталог-резоне художника является научным исследованием и должен включать в хронологическом порядке все известные его творческие работы. Термин имеет французское происхождение (*catalogue raisonné*) и означает аргументированный или обобщенный, т. е. содержащий абсолютно точную и полную информацию по всем творческим работам художника, каталог. Название стало частью технической терминологии всего мирового искусства, а сам каталог является строго научной работой, которая выполняет, скорее, вспомогательную роль для музейных работников и коллекционеров.

Каталоги-резоне составляются независимыми от рынка художественных произведений искусствоведами и историками искусства. Исследования содержат данные о названии, размере, дате и месте создания произведения; о выставках, на которых оно экспонировалось; о нахождении в музейных собраниях или частных коллекциях на момент включения в резоне; об истории владения произведением (*провенансе*), а также включают подписи и монограммы художника. Помимо этого, даётся подробная информация о самом художнике, его выставках и публикациях о нём.

Обычно резоне написаны сухим документальным языком. Каталог-резоне под научной редакцией автора статьи «Художник Юрий Новиков. Керамика» издан в Сочи (*Оптима, 2021; 384 с.*) в виде обширного монографического исследования, в то же время он является художественным альбомом (*дизайнер Е. Гайворонский*). Наличие в каталоге-резоне фотографий всех произведений художника дало возможность отнести к данному книжному жанру как к дизайн-объекту, который выполнен как оригинальный дизайн-продукт, предназначенный не только для музейных специалистов и коллекционеров, но и для всех читателей художественной керамики. /

### Сведения об авторе / About the author:

Барсукова Наталья Ивановна  
доктор искусствоведения,  
профессор, главный научный  
сотрудник Санкт-Петербургской  
государственной художественно-  
промышленной академии  
имени А. Л. Штиглица.  
[bars\\_natali@mail.ru](mailto:bars_natali@mail.ru)

*Barsukova Natalia I.*  
*Saint Petersburg State Academy of Art*  
*and Design named after A. L. Stieglitz,*  
*Advanced Doctor in Art Criticism,*  
*Professor, Lead Research Fellow.*

## **ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ КОММУНИКАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА / THE IMPACT OF MODERN COMMUNICATION METHODS ON THE EFFECTIVENESS OF THE EDUCATIONAL PROCESS**

А. Н. Белов / A. N. Belov

Современная высшая школа сталкивается с кризисом актуальности из-за информационного перенасыщения и изменения восприятия информации студентами. Это приводит к недопониманию между преподавателями и студентами, проблемам с мотивацией, самостоятельностью и оценкой. Статья предлагает решения для улучшения коммуникации: управление ожиданиями, интерактивные методы обучения, критериальное оценивание, инструменты обратной связи и мониторинг эмоционального состояния студентов. Ключевой тезис – преподаватель может повысить интерес и улучшить успеваемость студентов, используя современные методы обучения и создавая доверительную атмосферу в учебном процессе.

*Modern higher education is facing a crisis of relevance due to information overload and changing student information perception. This leads to misunderstandings between teachers and students, problems with motivation, independence, and assessment. The article proposes solutions for improving communication: managing expectations, interactive teaching methods, criterion assessment, feedback tools, and monitoring the emotional state of students. The key thesis is that the teacher can increase student interest and academic performance by using modern teaching methods and creating a trusting atmosphere in the learning process.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

современное образование, методы обучения, коммуникация, высшее образование / *modern education, teaching methods, communication, higher education.*

### **Сведения об авторе / About the author:**

**Белов Андрей Николаевич**  
Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица, преподаватель кафедры графического дизайна.  
[wkbelov911@gmail.com](mailto:wkbelov911@gmail.com)

**Belov Andrey N.**  
*Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Lecturer of Graphic Design Department.*

Современная высшая школа переживает кризис актуальности. Информации становится очень много, появляется конкуренция за внимание. Меняется восприятие информации современным студентом, ускоряется темп общественной жизни. В связи с этим между преподавателями и студентами растёт недопонимание. Преподавателям хочется видеть мотивированных, заинтересованных и инициативных студентов, которые понимают важность образования. Отсутствие названных качеств разочаровывает. Также проблемы вызывает отсутствие самостоятельной работы и необходимость контроля – студенты некорректно воспринимают роль преподавателя.

У студентов, в свою очередь, формируется непонимание целей учёбы, чувство неопределённости в учебном процессе и страх неудачи. Непрозрачное оценивание ведёт к ощущению необъективности. Другие проблемы студентов – недостаток индивидуальной работы и обратной связи из-за возросшего количества обучающихся, не всегда интересные методы преподавания, отсутствие интерактивности в обучении. Как следствие – недостаточная усваиваемость знаний, отсутствие мотивации с обеих сторон и выгорание.

Для налаживания понимания между преподавателями и студентами можно использовать управление ожиданиями, интерактивные и современные способы донесения информации, критериальную систему оценивания, обеспечение и учитывание обратной связи от студентов, мониторинг их состояния. Всё это поможет создать доверительную атмосферу, ощущение ответственности, уважения и справедливости, поспособствует мотивированности и разовьёт инициативность обучающихся, улучшит посещаемость занятий и качество знаний.

Для управления ожиданиями следует тщательно информировать студентов о том, как будет строиться работа в течение курса. Например, давать им доступ к учебной программе, включающей цели и задачи предмета, образ результата, темы занятий и практические задания. Можно также объяснять, каким образом осваиваемые навыки пригодятся в профессии. В каком-то смысле, предмет нужно «продать» – убедить студентов в его ценности. Организационную информацию важно фиксировать в общем поле, чтобы делать отсылки к ней при необходимости. Это позволит избежать недопонимания в процессе учёбы, создаст предсказуемость и доверие.

Информация о предмете должна быть структурированной, доступной и своевременной. Имеет смысл немного подстраивать подачу материала под уровень и интересы группы, чтобы повысить её эффективность. Способ донесения информации может включать презентации, эксперименты, обсуждения, разбор лучших практик. Повтор пройденного материала можно перевести в игровую форму с помощью викторины. Для тех, кто хочет углубиться в какую-то тему, можно собирать ссылки на дополнительные материалы: статьи, видео, книги.

Система оценивания с критериями, доступными всем участникам учебного процесса, позволит студентам понимать, за что они получают оценку. Преподавателю же, в свою очередь, придётся меньше объяснять своё решение. Также, если в середине семестра выставлять промежуточные оценки, студенты будут лучше понимать, над чем нужно работать.

Стоит обозначить способы коммуникации и получения обратной связи. Для этого нужно транслировать открытость и поощрять инициативу. Понимая, что не у всех студентов развиты навыки коммуникации, можно предусмотреть анонимные опросники для мониторинга эмоционального состояния, выявления проблем и успехов.

Таким образом, отношение студентов к предмету в значительной степени зависит от преподавателя. Грамотно выстроенная коммуникация и современные методы обучения могут улучшить успеваемость учащихся и развить их интерес. /



## ИГРАТЬ, ОБУЧАЯСЬ, ИЛИ ОБУЧАТЬ, ИГРАЯ? / PLAY BY LEARNING OR TEACH BY PLAYING?

С. В. Витковская / S. V. Vitkovskaya

Высшее образование в творческих профессиях, наряду с основными компетенциями, требует гибких навыков, таких как коммуникабельность, эмпатия, умение работать в команде, нестандартность мышления и креативность. Для развития этих навыков хорошо зарекомендовал себя опыт обучения в игре и по правилам игры. Знания и навыки, полученные в эмоциональном процессе игры, запоминаются лучше и закрепляются быстрее. Подтверждение этой гипотезы рассматривается на примере применения игровых методик в обучении студентов кафедры дизайна СПбГУ.

*Higher education in creative professions, along with core competencies, requires extensive development of soft skills such as communication, empathy, teamwork, creativity and out-of-the-box thinking. For the development of these skills, learning experience in the game and according to the rules of the game has proven itself. Knowledge and skills acquired in the emotional process of the game are remembered better and consolidated faster. Confirmation of this hypothesis is examined using the example of the use of game techniques in teaching students Department of Design of St. Petersburg State University.*

### Ключевые слова / Keywords:

обучение в игре, дизайн-игра, дизайн-коммуникация, гибкие навыки, творческие профессии / *game-based learning, game design, design communication, soft skills, creative professions.*

Запрос на скорость, объём и комплексность образования меняется с каждым поколением. В настоящее время востребованы специалисты, которые одинаково хорошо владеют навыками узкопрофессиональными, связанными со специальными профильными знаниями, и гибкими навыками, отражающими личностные качества. Такие навыки, как умение выстраивать коммуникацию, нестандартно мыслить, чётко доносить идею и работать в команде, позволяют максимально проявить свой профессионализм. Именно индивидуальные гибкие навыки способны подчеркнуть преимущество человеческого интеллекта перед искусственным. В творческих профессиях профессиональные и личностные навыки находятся в наиболее тесной связи, так как процесс мышления, генерирование идей и управление вдохновением не могут проходить вне эмоционального участия человека. Способ обучения в игре известен всем нам с детства. Командный дух, готовность к взаимовыручке, коммуникабельность, дружелюбие, творческое мышление тренируются в игре. Самое важное преимущество такого способа взаимодействия – эмоциональная раскрепощённость, которая необходима для продуктивной работы систем организма, отвечающих за переработку информации и генерирование идей.

Кроме того, сам процесс игры подчиняется определённым правилам. В них заложены порядок и последовательность действий, установлены ограничения по времени, важным является критерий выхода на результат в короткие сроки. Алгоритм игры может стать моделью проектного поведения на определенных этапах. Известно, что каждый этап проектирования связан с последующим, остановка на любом отрезке пути крайне нежелательна. Проектные игры помогают снять эмоциональные и психологические барьеры в этих случаях. Проектная практика, включающая в себя игры, позволяет «комплектовать» все виды необходимых навыков одновременно, сразу формируя и запрос, и ответ на него.

В обучении студентов кафедры дизайна СПбГУ игры включаются на разных этапах взаимодействия со студентами: на этапе знакомства с группой, в начале каждого проектного этапа, для подведения итогов и рефлексии. Эмоции, которые даёт игровой процесс, позволяют студентам без лишнего напряжения и стресса приобретать и тренировать новые навыки; преподаватель же может не повторяться в своих педагогических приёмах, не выгорать и добиваться результатов, часто превосходящих его ожидания. /

### Сведения об авторе / About the author:

Витковская Светлана

*Vitkovskaya Svetlana V.*

Владимировна

*St. Petersburg State University,*

Санкт-Петербургский

*Senior Lecturer of Design Department.*

государственный университет,

старший преподаватель кафедры

дизайна.

[s.vitkovskaya@spbu.ru](mailto:s.vitkovskaya@spbu.ru)

**ТРУДОУСТРОЙСТВО ВЫПУСКНИКОВ  
КАФЕДРЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА  
СПГХПА ИМ. А. Л. ШТИГЛИЦА. ПЕРСПЕКТИВЫ  
ИНТЕГРАЦИИ В ПРОФЕССИЮ / EMPLOYMENT  
OF GRADUATE STUDENTS OF GRAPHIC DESIGN  
DEPARTMENT OF SAINT PETERSBURG STATE  
ACADEMY OF ART AND DESIGN NAMED AFTER  
A. L. STIEGLITZ. PROSPECTS OF INTEGRATION INTO  
THE PROFESSION**

Д. Б. Гасюн / D. B. Gasyun

Графический дизайн на протяжении нескольких десятилетий остается одной из самых востребованных профессий в художественной сфере. Конкурс поступающих на кафедру графического дизайна СПГХПА им. А. Л. Штиглица является стабильно высоким. Между тем далеко не все учащиеся, прошедшие полный курс обучения и получившие диплом о высшем образовании, в дальнейшем реализуются в профессиональной сфере. С целью составить общее представление о трудовой активности выпускников кафедры был проведен опрос, результаты которого могут способствовать выстраиванию дальнейшей стратегии образовательного процесса.

*Graphic design for several decades remains one of the most popular professions in the artistic field. The competition for applicants to the Graphic Design Department of Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz is consistently high. Meanwhile, not all students who have completed a full course of study and received a diploma of higher education, are further implemented in the profession. In order to get a general idea of the labor activity of the graduates of the department a survey was conducted. The results can help to build a further strategy of the educational process.*

**Ключевые слова / Keywords:**

высшее образование, графический дизайн, профессиональное трудоустройство / higher education, graphic design, professional employment.

**Сведения об авторе / About the author:**

Гасюн Дарья Борисовна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А. Л. Штиглица, доцент кафедры  
графического дизайна.  
[gasunda@gmail.com](mailto:gasunda@gmail.com)

Gasyun Darya B.  
Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
Associate Professor of Graphic Design  
Department.

Трудоустройство выпускников является одной из главных проблем системы высшего образования, поскольку косвенно подтверждает успешность образовательных методик и качество преподавания специальных дисциплин, которое позволяет выпускнику успешно интегрироваться в профессиональную среду. С целью формирования общего представления о соотношении количества работающих и не работающих по специальности выпускников кафедры графического дизайна СПГХПА им. А. Л. Штиглица за прошедшие двадцать четыре года (с 2000 г. по настоящее время), а также для понимания барьеров при трудоустройстве был проведен опрос, который прошли 156 человек. При этом большая часть респондентов (110 человек), откликнувшихся на опрос, окончили обучение на кафедре в последние десять лет. Очевидно, это связано не только с тем, что количество студентов увеличивается с каждым годом, но и с тем, что связи с выпускниками слабеют, а информация, получаемая от них, не кажется им актуальной. Опрос проводился в формате анкетирования и включал в себя вопросы, касающиеся того, работают ли выпускники по профессии или сменили направление, работают ли они в офисе или на фрилансе, а также подразумевал возможность поделиться информацией о том, чего не хватало во время обучения, исходя из текущего рабочего опыта. Также задавался вопрос об образовании после академии – так была получена информация о навыках, которых выпускникам не хватило во время обучения, и о местах приобретения дополнительных знаний. Опрос показал:

- 75% респондентов начали работать еще студентами или сразу после окончания вуза и работают до сих пор;
- 14% респондентов работали от двух до десяти лет и ушли из профессии, причем доля тех, кто ушел после десяти лет работы, значительно меньше, чем тех, кто ушел после двух рабочих лет;
- 5% респондентов не работали совсем;
- 6% респондентов дали другой вариант ответа (например, «ищу работу»).

Среди работающих:

- 34% работают в офисе или преимущественно в офисе;
- 44% фрилансеры и преимущественно фрилансеры;
- 22% совмещают два формата примерно поровну или работают удаленно.

Доводы, приводимые опрошенными в пользу того или иного формата работы:

- Офис: стабильный доход, большие проекты, работа в команде;
- Фриланс: гибкий график, свобода передвижения, возможность выбирать проекты, возможность совмещать с другими делами.

Первоначальной задачей опроса было узнать, сколько выпускников кафедры графического дизайна СПГХПА им. А. Л. Штиглица работает по профессии и в каком формате, но добавленные в опрос пункты про обучение дали интересный результат, основываясь на котором кафедра может скорректировать свой учебный план с целью дать студентам еще больше знаний, важных для их будущей профессии. Так, на вопрос о предметах, которых выпускникам не хватило во время обучения, больше половины респондентов (58%) назвали UI/UX и менеджмент; 43% упомянули графические редакторы; 39% – цифровую иллюстрацию; программы верстки и шрифт отметили по 20% опрошенных; типографику – 15%; печатную графику – 10%. В разделе «Другое» большую часть ответов составили навыки общения с заказчиком, презентации проектов и работа в команде.

Обратная связь – важный инструмент, позволяющий взглянуть на работу кафедры глазами студента или уже работающего специалиста, помогающий кафедре не отстать от быстро меняющегося мира дизайна. /

## ТИПОГРАФИКА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ / TYPOGRAPHY AS A FUNDAMENTAL ELEMENT OF THE DESIGN CONCEPT

Т. И. Диодорова, П. А. Чернова / T. I. Diodorova, P. A. Chernova

В современной России в последние годы активно развивается ниша новых качественных шрифтовых проектов с кириллицей. Данный подход выводит дизайнерские продукты на новый уровень, поскольку верстка и рисунок шрифта, систематизация информации – первый этап восприятия, самый запоминающийся. Фирменный шрифт является одним из важнейших элементов дизайн-концепции и играет ключевую роль в языке визуальной коммуникации. Он транслирует ценности, философию проекта, а также является носителем информации.

*In modern Russia in recent years, the niche of high-quality font projects with Cyrillic alphabet has been actively developing. This approach advances design products to a new level, because the layout and font pattern, systematization of information is the first level of perception, the most memorable. Brand font is one of the most important elements of the design concept and fulfills a key role in the language of visual communication. It transmits the values, philosophy of the project, and is also a carrier of information.*

### Ключевые слова / Keywords:

типографика, шрифт, графический дизайн, дизайн-проектирование / typography, font, graphic design, design projecting.

### Сведения об авторах / About the authors:

Диодорова Татьяна Игоревна

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, доцент Высшей школы дизайна и архитектуры.  
[diodorovatatyana@mail.ru](mailto:diodorovatatyana@mail.ru)

*Diodorova Tatiana I.*

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Associate Professor of Graduate School of Design and Architecture.*

Чернова Полина Александровна

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, магистрант образовательной программы «Коммуникативный дизайн».  
[polinchernova@gmail.com](mailto:polinchernova@gmail.com)

*Chernova Polina A.*

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Master Student in Communicative Design.*

Разработка дизайн-концепции предполагает развитие идентичности бренда: требуется создавать не только графические элементы фирменного стиля, но и шрифт как основной инструмент узнавания целевой аудиторией ценностей, миссии и философии проекта. Типографика включает организацию различных объемов текста и разработку символов, рисунка новых шрифтов. Эффективная дизайн-концепция способствует продвижению проекта. Активная работа с типографикой в дизайн-проектировании позволяет сделать идентичность бренда более доступной и привлекательной для потребителей за счет визуальных акцентов и якорных образов.

Основная задача шрифта – передать информацию, эстетика уходит на второй план, но для комфортного восприятия послания форма должна быть доступной и привлекательной для аудитории. В типографике важно соблюсти баланс между красотой и функциональностью, поскольку основная задача шрифта – формирование визуального кода для идентификации бренда потребителем. Продуманное функциональное решение обычно бывает красиво само по себе.

В разработке поисковых решений шрифта необходимо учитывать основные критерии: заметность, контрастность, динамику, отображение ценностей и характера. Большую роль играет логика формообразования, так как стилистические особенности в той или иной ситуации не должны мешать максимальной адаптивности шрифта. Типографика должна быть акцентной составляющей в донесении информационного послания.

Различимость является важным фактором в дизайн-проектировании: для высокой эффективности восприятия все элементы должны быть контрастны в своих отношениях. Единообразие и отсутствие акцентов приводит к сниженной концентрации потребителя. Шрифт становится инструментом приоритизации доносимых смыслов.

В типографике необходимо учитывать удобочитаемость и структурность. Чрезмерная эстетизация нарушает логику повествования, из-за чего структурность теряется. Везде, где есть текст, есть и задачи по организации пространства при помощи шрифта. Также стоит обращать внимание не только на рисунок текста, но и на общий характер начертания. Важно учитывать детали для целостной картины и уметь сочетать множество вариантов решений: кернинг, интерлиньяж, цвет, пропорциональность, размер, насыщенность, полотно набора и так далее.

Методика создания новой шрифтовой гарнитуры может быть разной: самостоятельное проектирование формы или опора на стилистические особенности в образах других шрифтов.

Первоначальным этапом является эскизирование и поиск характера рисунка. Дальнейшее проектирование в основном проводится в специализированных программных обеспечениях, для которых характерно наличие необходимого инструментария для подробной проработки формы, настройки кернинга, интерлиньяжа. Последний этап – экспорт шрифта для использования и тестирование в макетах.

Разрабатываемый шрифт должен передавать характер и ценности проекта, отображая уникальный образ, создавать необходимую запоминаемость, узнаваемость и индивидуальность.

Таким образом, типографика в руках графического дизайнера является важнейшим инструментом донесения смыслов, при использовании которого важно учитывать желаемую итоговую форму послания: привлечение внимания, развитие идентичности, большие объемы текстовой информации или формирование характера повествования. /

## ДИНАМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ФОРМЫ ПЛАКАТА КАК СРЕДСТВА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ / DYNAMIC DEVELOPMENT OF THE POSTER FORM AS A MEANS OF VISUAL COMMUNICATION

Т.А. Дюг / T.A. Dyug

Плакат в современный век цифровых технологий получил кардинальное преобразование своих внешних форм и площадок воздействия на потребителя. С каждым днём усиливая свое стремительное развитие не только в печатной форме, но и в цифровой, плакат остаётся самым действенным средством визуальной коммуникации. На сегодняшний день значимость плаката безусловно выросла: он незаменим, влияет на наш выбор и призывает к действию. Так что подразумевается под словом «плакат»? Простое крупноформатное листовое издание или уже нечто большее? *In the modern age of digital technology posters have undergone a radical transformation of their external forms and platforms of influence on the consumer. Increasing its rapid development not only in print but also in digital form every day, the poster remains the most effective means of visual communication. Today, the importance of the poster has certainly grown: it is irreplaceable, it influences our choices and calls for action. So, what does the word "poster" mean? Just a large format sheet publication or something more?*

### Ключевые слова / Keywords:

плакат, визуальная коммуникация, реклама, внимание потребителя, графический дизайн, развитие плакатной формы / poster, visual communication, advertising, consumer attention, graphic design, development of poster form.

Слово «плакат» пришло в русский из немецкого языка (*изначально от фр. plaquier – наклеить, приклеить*); оно означает броское крупноформатное изображение. В рекламе плакат занимает значимое место, так как он информативен, лаконичен и предназначен для воздействия на человека и его решения. Главная цель любого плаката состоит в привлечении внимания, а основная задача любого графического дизайнера – найти рабочий метод достижения этой цели. Конечно же, основные профессиональные методы формируются под влиянием популярных течений в искусстве и известных академий дизайна, таких как «Баухаус», где создавался новый визуальный язык, ставший прочным фундаментом в развитии современного плаката.

Основные этапы развития плакатной формы связаны с появлением печатного станка и персонального компьютера. К следующему этапу, безусловно, можно отнести развитие сети Интернет. Развитие фототехники и полиграфии способствуют понятному и лаконичному визуальному языку плакатного высказывания. Плакат всегда транслирует современную, актуальную и значимую информацию, благодаря чему обладает функцией убеждения. Идея плаката – ключевое звено его содержимого.

В современном мире, благодаря развитию компьютерных технологий и Интернета, плакат приобретает всё более значимую роль в нашей жизни. На сегодняшний день в рекламе самым распространённым средством является интернет-баннер, по факту это экранный плакат, который создан по законам плакатной формы. Содержание баннера в виртуальном пространстве может быть абсолютно идентично содержанию плаката на огромном щите в городской среде: основная задача – привлечь как можно больше людей, при этом количество потребителей в Сети с каждым годом только возрастает.

Со временем статичной версии плаката стало недостаточно, в неё начали добавлять анимацию. Так появились анимированные плакаты, на которых движется один или несколько элементов, при этом остальные остаются статичными. Анимированные плакаты запоминаются лучше, вызывают у зрителя повышенный интерес и более яркий эмоциональный отклик по сравнению с неподвижным изображением. Также их возможно демонстрировать на огромном количестве площадок, что позволяет увеличить охват аудитории. Применение современных анимационных технологий позволяет повысить коммуникативную эффективность социальной рекламы.

Несомненно, современная плакатная форма будет иметь колоссальное развитие и приобретет новые формы. В погоне за инновациями в век компьютерных технологий дизайнеры всегда будут искать новые коммуникативные ходы. /

### Сведения об авторе / About the author:

Дюг Татьяна Антоновна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л.Штиглица, старший преподаватель кафедры графического дизайна, член Союза дизайнеров России.  
[tatianadyug@mail.ru](mailto:tatianadyug@mail.ru)

Dyug Tatiana A.

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Senior Lecturer of Graphic Design Department, member of Russia Designers Association.

## **СОЗДАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В КНИЖНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ, ВЫПОЛНЕННОЙ ПОСРЕДСТВОМ КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ / CREATING AN ARTISTIC IMAGE IN A BOOK ILLUSTRATION MADE BY MEANS OF COMPUTER GRAPHICS**

К. В. Зотова / K. V. Zotova

Исследование дает возможность понять процессы, влияющие на создание художественного образа в книжной иллюстрации, выполненной в графических редакторах, а также определить роль компьютерной графики в работе художника книги. Продемонстрированы основы использования компьютерной графики в учебной деятельности студентов художественных вузов. *The study provides an opportunity to understand the processes influencing the creation of an artistic image in book illustrations made in graphic editors, as well as to determine the role of computer graphics in the work of the book artist. The basics of using computer graphics in the educational activities of students of art universities are demonstrated.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

компьютерная графика, книжная иллюстрация, художественный образ, композиция, учебная деятельность / *computer graphics, book illustration, artistic image, composition, educational activity.*

Одной из важных характеристик издания является целостность художественного образа, которая может быть достигнута с помощью единого пластического решения иллюстраций. В настоящее время целесообразно для осуществления этого использовать компьютерные программы, так как их инструментарий позволяет существенно расширить возможности стилизации и упростить процесс работы над поиском образного решения.

В связи с этим актуально в процессе изучения дисциплины «Компьютерная графика» предложить студентам освоение модуля «Художественный образ в книжной иллюстрации». Модуль, разработанный автором, включает историю создания иллюстрации и методику проектирования книжной графики на основе графических редакторов.

Иллюстрирование литературных произведений в графических редакторах является деятельностью, создающей условия для развития и совершенствования художественных способностей обучаемых. Одной из проблем, которую педагог помогает решить студентам во время работы над книгой, является создание художественного образа в цифровых иллюстрациях. Например, в рамках курсового задания при создании иллюстраций к сказкам Г.Х.Андерсена «Снежная королева» и А.Н.Островского «Снегурочка» работа велась в таких графических редакторах, как Paint Tool Sai и Adobe Photoshop. Большая часть задач выполнена в первой программе, так как она отличается удобством, простотой интерфейса и широким спектром различных текстур и фактур. Дальнейшая доработка осуществлялась во второй программе. Графический планшет использовался на всех этапах иллюстрирования, так как он предоставляет студентам больше возможностей для поиска своего авторского стиля. По итогу прохождения модуля осуществлялась цифровая печать проекта в типографии.

Таким образом, использование графических редакторов при разработке иллюстрации позволяет создавать оригинальные художественные образы не только в работах современных художников книги, но и в учебных проектах студентов художественных вузов. Следует предположить и дальнейшие возможности исследования данной проблемы в сфере художественной педагогики. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

**Зотова Ксения Владимировна**  
Московский городской педагогический университет, кандидат педагогических наук, доцент департамента изобразительного, декоративного искусств и дизайна Института культуры и искусств.  
[ksenya\\_vladimirovna\\_zotova@inbox.ru](mailto:ksenya_vladimirovna_zotova@inbox.ru)

**Zotova Ksenia V.**  
Moscow City Pedagogical University, Ph.D. of Pedagogy, Associate Professor of Fine, Decorative Arts and Design Department of Culture and Arts Institute.

## ДИНАМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КНИГИ / THE DYNAMIC SPACE OF THE BOOK

П. С. Канайкин / P. S. Kanaykin

Книга как объект проектирования обладает собственными ресурсами. Они не всегда очевидны и скрыты в самой ее форме, которая при всей простоте требует все же дополнительного изучения. Особый интерес вызывают динамические ресурсы книги: именно они формируют образ при поиске оригинальных пространственных решений – от внешнего восприятия трехмерного блока через содержательный массив внутреннего пространства со множеством компонентов до процесса листания. При этом поиск органической связи внутреннего пространства визуальных компонентов книги с дизайн-пространством книжного блока вызывает наибольшие трудности при создании образной конструкции.

*A book as an object of design has its own resources. They are not always obvious and are hidden in its very form, which, despite its simplicity, still requires additional study. Of particular interest are the dynamic resources of the book: they form the image when searching for original spatial solutions – from the external perception of a three-dimensional block through the content array of the internal space with many components to the process of leafing through. At the same time, the search for an organic connection between the internal space of the visual components of the book and the design space of the book block causes the greatest difficulties in creating its figurative design.*

### Ключевые слова / Keywords:

книга, структура, форма, пространство, проектирование / book, structure, form, space, design.

### Сведения об авторе / About the author:

Канайкин Петр Степанович  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А.Л. Штигица, профессор,  
заведующий кафедрой  
графического дизайна.  
[peterkan@vandex.ru](mailto:peterkan@vandex.ru)

*Kanaykin Peter S.*  
*Saint Petersburg State Academy of Art*  
*and Design named after A. L. Stieglitz,*  
*Professor, Head of Graphic Design*  
*Department.*

Книгу можно рассматривать как объект со сложной пространственной организацией. Ее внешняя конструкция при всей, казалось бы, незамысловатости имеет особое наполнение, которое сопряжено с внешним и внутренним пространствами, влияющими на процесс чтения. Как бы он ни протекал, невозможно совсем абстрагироваться от внешней среды, погрузившись в мир книги. Далеко не безразлично, что воспринимается и наблюдается кроме красивого книжного блока. Все этапы проектирования книги динамичны, начиная с идеи и заканчивая печатью. Как объект, созданный в динамике, книга по своей природе остается динамичной. Даже находясь на книжной полке, она движется. На самом деле, при нахождении в помещении, заполненном книгами (*будь то библиотека или книжный магазин*), всегда чувствуется движение. Оно трудно объяснимо, как живой мир со своей природной динамикой. Это явление связано с энергией создателей, вложивших в книгу свои силы и талант.

Внешне книга представляет собой простой геометрический трехмерный предмет или, говоря математическим языком, геометрический примитив. Форма простая, но, если принять во внимание пространственную ориентированность и динамику, возникают различные объемные комбинации, которые делают ее ресурсы расширенными. Для чтения этот факт, наверное, не имеет большого значения, но для вхождения в материал это немаловажно.

Плоскости, которые обрисовывают будущую форму книги, не в равной степени участвуют в формообразовании: одни определяют «лицо» и «спинку», другие обрез и корешок. Во многом это зависит от самой проектной работы, от того, как она организована и каковы идейные установки проекта.

При рациональном построении рабочего процесса внешние элементы книги появляются на последнем этапе. Это правильно, ведь работа с содержанием, внутренним составом – самая сложная, тяжелая и не всегда можно быть уверенным в выбранном решении. Сомнения подстерегают всегда, приходится иногда принимать и крайние, «хирургические» меры в самый последний момент. Если учесть, что вся пластика книги находится в одном пространстве, то любое опережение событий будет иметь болезненные последствия. Выбор формата книги обусловлен целесообразностью, а также интуицией дизайнера. Именно этот этап работы оказывается самым ответственным, так как закладываются эстетические основы книги.

Геометрия книги построена на математических расчетах, которые используют метрическую и типометрическую систему измерений. Цифры только помогают в точном построении, позиционировании и измерении объектов. Неважно, что мы используем: результат выражается в эстетической, а не материальной категории. Одним из фундаментальных вопросов психологии является восприятие статики и динамики. Художник чаще всего имеет дело с предопределенной плоскостью, картиной. Она берет на себя важную функцию формообразования. Первое, что определяет будущее лицо картины, – это, конечно же, формат. Интересно, что геометрия листа с его ортогональностью не имеет ничего общего с природными формами без правильной геометрии: идеальная прямая линия отсутствует в живом мире, примитивные геометрические формы тоже. Исключение составляет лишь ровная линия горизонта на спокойной поверхности воды и диск солнца – вся остальная геометрия опосредована, ее можно лишь вычислить, да и то нелегко. /

## ЭСТАМП: ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА / PRINTMAKING: FEATURES OF TRAINING SPECIALISTS IN THE FIELD OF GRAPHIC DESIGN

С. В. Комаров / S. V. Komarov

В условиях возрастающего интереса современных графических дизайнеров к авторским печатным техникам и их активному использованию в проектной деятельности, преподавание дисциплины «Эстамп» на кафедре графического дизайна имеет особую актуальность. Наряду с освоением современных компьютерных технологий обучение художественному мастерству расширяет палитру профессиональных навыков будущих специалистов.

*In the conditions of increasing interest of modern graphic designers in author's printing techniques and their active use in design activities, teaching the discipline 'Print' at the Department of Graphic Design is of particular relevance. Along with the learning of modern computer technologies, the training of artistic skills expands the palette of professional skills of future specialists.*

### Ключевые слова / Keywords:

эстамп, печатная графика, графический дизайн, дизайн-образование / *printmaking, print graphics, graphic design, design education.*

На современном этапе развития отрасли на дизайнера возлагается огромное разнообразие задач: от разработки логотипа до создания авторской книги, от плоскостных знаков до 3D-моделирования упаковки и создания анимированных роликов. Дать начальные знания по всем направлениям в процессе обучения может быть целью, но не задачей. Постоянная задача образования – выработать способность к быстрому самообучению при ощущаемой нехватке знаний в какой-либо компетенции. В связи с этим задания, предлагаемые в процессе обучения, должны рассматриваться как симуляция реальной профессиональной деятельности под руководством опытного педагога и включать в себя задействование логически выверенной последовательности полученных знаний для дальнейшего их закрепления и развития. Необходимо не столько давать компетенции, сколько выработать умение быстро ориентироваться в быстро изменяющемся мире дизайна.

На современном этапе происходит всплеск интереса к дизайнерскому оформлению, выполненному либо уникальной печатью, либо хотя бы в стиле, имитирующем авторский эстамп. Для приобретения возможности профессионально воплощать запросы рынка и необходима дисциплина «Эстамп».

Программа дисциплины начинается с цикла лекций, знакомящих с видами эстампа, способами создания печатной формы, инструментами, необходимыми для этого, и материалами, пригодными для создания печатной формы. Также проводится знакомство с конструкциями печатного оборудования, вариантами его применения с демонстрацией работы. Программа изучения эстампа должна быть построена таким образом, чтобы её могли освоить все студенты группы, которые изначально обладают разным уровнем образования. К сожалению, необходимость вносить подобные корректировки сильно снижает сложность и глубину освоения печатных техник.

Эстамп – очень многогранная сфера художественной деятельности. Она включает как высшее творчество (*задумка, эскиз, фор-эскиз*), так и конкретную технологию реализации задуманного посредством ручного изготовления печатной формы и последующей печати с нее художественного произведения, наделённого своей ярко выраженной эстетической ценностью, осознание и потребление которой требует дополнительного художественного развития. Проблемы эстампа рождаются с дизайнерскими, появляющимися при разработке знака, создании буквы, вёрстке изданий: это понимание соотношения белого и черного в листе, особенностей их взаимодействия, связь изображения и плоскости листа (*«пространство белого» по В.А. Фаворскому*), соотношение плоскости и текстуры, плоскости и объёма, композиция создаваемого изображения, стилистика и художественный язык. Также в эстампе определяющим является выбор техники для реализации задуманного дизайнером эскиза, так как разные виды эстампа обладают разными изобразительными особенностями и дают на выходе различный изобразительный эффект. Чтобы воспользоваться разнообразием графического языка, предоставляемым множеством видов эстампа, дизайнер должен не только иметь о них начальное представление, но и уметь творчески ими пользоваться, управляя технологическими процессами создания печатной формы.

Именно это взаимодействие эстетики и технологии, эскиза и результата, полученного после технологической обработки, и обуславливает развивающую и подготавливающую к профессиональной деятельности роль эстампа в образовании графического дизайнера. /

### Сведения об авторе / About the author:

Комаров Сергей Валерьевич  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А.Л. Штигица, доцент кафедры  
графического дизайна.  
[komarsv2@yandex.ru](mailto:komarsv2@yandex.ru)

*Komarov Sergey V.  
Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
Associate Professor of Graphic Design  
Department.*

## РОЛЬ ПРЕПОДАВАНИЯ АРТ-ПИАРА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА / THE ROLE OF TEACHING ART PR IN TRAINING SPECIALISTS IN THE FIELD OF GRAPHIC DESIGN

Ю. В. Кондакова / Yu. V. Kondakova

В современном графическом дизайне знания в сфере арт-пиара необходимы, чтобы визуально презентовать проект общественности в наиболее выгодном свете. В статье рассматривается роль преподавания арт-пиара студентам творческих вузов с учетом их специализации, при этом акцентируется значение данного курса в подготовке будущих графических дизайнеров. В качестве примеров приводятся позиционирование студентами УрГАХУ выставки «Разработка нового графического стиля для городской среды» и анализ опроса, позволяющего оценить значимость использования пиар-технологий в учебном проектировании.

*In modern graphic design knowledge in the field of art PR is necessary in order to visually present a project to the public in the most favorable light. This article describes the role of teaching art PR to the students of creative universities, taking into account their specialization, while emphasizing the importance of this course in the training of future graphic designers. As examples, the positioning of the exhibition "Development of a new graphic style for the urban environment" by Ural State University of Architecture and Art students and the analysis of their survey, which allows assessing the importance of using PR technologies in educational design, are given.*

### Ключевые слова / Keywords:

пиар, пиар технологии, арт-пиар, дизайн, графический дизайн / PR, PR technology, art PR, design, graphic design.

Интеграция теоретико-методологических и практических основ социальных наук в подготовку дизайнеров обеспечивает приобретение и развитие навыков творцов, создающих не только форму, но и будущую жизнь людей. Следует отметить, что при этом чрезвычайно актуален арт-пиар, важные задачи которого – создание условий для конструктивного диалога дизайнера и общественности, формирование методов и каналов получения обратной связи от публики. Особенную значимость арт-пиар имеет для подготовки специалистов в области графического дизайна, так как последний предполагает художественно-проектную деятельность в сфере визуальной коммуникации. Пиар представляет собой комплекс виртуальных технологий контроля над коммуникативной сферой и управления средствами массовой информации в арт-сфере. Лекции и практические занятия развивают у студентов способность генерировать креативные идеи и принимать нестандартные решения при проектировании фирменного стиля заказчика; организовывать арт-мероприятия – выставки, содействующие укреплению имиджа; создавать пиар-тексты: пресс-релизы, бэкграундеры, имиджевые статьи. В Уральском государственном архитектурно-художественном университете более пятнадцати лет ведется курс «PR-технологии в творческой деятельности». В рамках данного курса студенты (*художники и дизайнеры*) изучают арт-пиар, организуя арт-проекты, позиционируя их как в вузе, так и в городе Екатеринбурге. Каждый арт-проект имеет свою специфику в зависимости от специфики профиля студентов. Так, в 2023 году студенты профиля «Дизайн костюма» организовали и позиционировали в Екатеринбурге показ своих коллекций; студенты профиля «Дизайн мультимедиа» провели кибертурнир и мастер-класс по работе с нейросетями; а студенты графического дизайна реализовали арт-проект «Стриткод – мы дизайн город», в рамках которого была открыта выставка «Разработка нового графического стиля для городской среды», чтение серии лекций дизайнеров и проведение мастер класса. В 2023 году среди студентов УрГАХУ была проведена серия опросов с целью оценки арт-проектов и выявления использования пиар-технологий в учебном проектировании. Как показало исследование, у студентов профиля «Графический дизайн» знание пиар-технологий применяется при создании запоминающегося логотипа (*символьного, текстового, в виде эмблемы или комбинированного*), подборе определенной цветовой гаммы, вызывающей необходимые ассоциации, формулировании слогана. «Жизнь – творчество – человек» – триада, являющаяся важнейшим определителем системы функций художественной деятельности. Современное состояние общества отражает тотальное изменение требований к деятельности специалиста в сфере дизайна: оно касается и его знаний в области арт-пиара. Значимым является не только применение пиар-инструментария в дизайне, но осознанная, регулярная и креативная работа на поприще создания практического продукта. /

### Сведения об авторе / About the author:

Кондакова Юлия Васильевна  
Уральский государственный  
архитектурно-художественный  
университет, кандидат  
филологических наук,  
доцент кафедры социальных  
и гуманитарных наук.  
[jkondakova@yandex.ru](mailto:jkondakova@yandex.ru)

Kondakova Yulia V.  
Ural State University of Architecture  
and Art, Ph.D. of Philology, Associate  
Professor of Social and Humanitarian  
Sciences Department.



**МЕТОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
ПРЕПОДАВАНИЯ В ВУЗАХ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ  
В УСЛОВИЯХ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ  
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, НОВЫХ  
УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ТРЕБОВАНИЙ  
РЫНКА / METHODS AND PROSPECTS OF TEACHING  
PACKAGING DESIGN AT UNIVERSITIES  
IN THE CONTEXT OF DYNAMIC DEVELOPMENT  
OF PRINTING TECHNOLOGIES, NEW PACKAGING  
MATERIALS AND MARKET REQUIREMENTS**

А. Г. Лебедев / A. G. Lebedev

Целью исследования является раскрытие метода преподавания дисциплины «Дизайн упаковки» на отделении графического дизайна. В его основе лежит принцип применения комплексного решения для создания дизайна упаковки при помощи моделирования формы коробки и ее графического оформления. Основное направление курса – проектирование ориентированных на технические требования и возможности полиграфических производств серий упаковок из картона и бумаги. Полученные системные знания в области проектирования упаковки позволяют выпускникам создавать эстетичные и конкурентоспособные образцы дизайна.

*The aim of the research is to reveal the method of teaching the packaging design at the Department of Graphic Design. This method is based on the principle of using a comprehensive solution for creating packaging design based on modelling the shape of the box and its graphic presentation. The main direction of the course is the design of series of carton and paper packaging oriented to the technical requirements and possibilities of printing production. The acquired systemic knowledge in the field of packaging design allows graduates to create aesthetic and competitive design samples.*

**Ключевые слова / Keywords:**

упаковка, моделирование упаковки, полиграфическое производство, конструкция коробки, дизайнерская упаковка / *packaging, packaging modelling, print production, box construction, design packaging.*

В современных условиях упаковка как область дизайна активно развивается. В условиях динамичного развития технологий появляются новые материалы, пластические свойства которых позволяют применять их в области создания упаковки.

Одно из направлений упаковки – картонные и бумажные коробки различных конфигураций. При разработке данного продукта основной задачей дизайнера является создание выразительного образа упаковки, которая своими эстетическими характеристиками и новизной привлекла бы внимание потребителя. Наиболее прогрессивным направлением может послужить поиск органичного соединения формы и графического оформления упаковки, применение пластических свойств материала для создания новых форм.

На уровне преподавания предмета необходимо обратить внимание студентов, изучающих графический дизайн, на создание концепций, которые бы соединяли форму, графику, цвет, типографику. В процессе обучения студентов необходимо выделить в отдельную дисциплину макетирование упаковки с опорой на технические возможности полиграфических циклов, включающих вырубку и фальцесклепку.

Благодаря дисциплине «Дизайн упаковки» (при условии, что студент уже знаком с макетированием) возможно создавать интересные новые проекты совершенно оригинальных упаковок. Некоторые примеры опыта работы в данном направлении представлены в виде курсовых и дипломных работ Невского института дизайна. /

**Сведения об авторе / About the author:**

Лебедев Александр Григорьевич  
Автономная некоммерческая  
организация высшего образования  
«Университет при Межпарламентской  
Ассамблее ЕврАзЭС», Невский  
институт дизайна, доцент кафедры  
дизайна и декоративно-прикладного  
искусства.  
[lebedev\\_ag59@mail.ru](mailto:lebedev_ag59@mail.ru)

*Lebedev Alexander G.*  
*Autonomous Non-profit Organisation*  
*of Higher Education «University under*  
*the Inter-Parliamentary Assembly*  
*of EurAsEC», Nevsky Institute of Design,*  
*Associate Professor of Design*  
*and Decorative and Applied Arts*  
*Department.*

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ / PROSPECTS FOR THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN GRAPHIC DESIGN

А. С. Лем / A. S. Lem

Сегодня в сфере графического дизайна все большую популярность приобретают технологии искусственного интеллекта. Рынок нейросетей для генерации изображений представлен рядом продуктов от крупных компаний, таких как DALL-E от OpenAI, и сервисами от независимых разработчиков. Также на рынок выходят и новые игроки, в том числе Apple со своей платформой Apple Intelligence. Все это обуславливает актуальность изучения перспектив и проблем, связанных с применением нейросетей в графическом дизайне.

*Artificial intelligence technologies are becoming increasingly popular in the field of graphic design today. The neural network market for image generation is represented by a number of products from large companies, such as DALL E from OpenAI, and services from independent developers. New players are also entering the market, including Apple with its Apple Intelligence platform. All this determines the relevance of studying the prospects and problems associated with the use of neural networks in graphic design.*

### Ключевые слова / Keywords:

искусственный интеллект, Шедеврум, Chat GPT, Midjourney, Apple Intelligence, DALL-E, Stable Diffusion / *artificial intelligence, Shedevrum, Chat GPT, Midjourney, Apple Intelligence, DALL-E, Stable Diffusion.*

Цифровые технологии уже давно применяются в сфере графического дизайна, однако в настоящий момент происходит настоящая технологическая революция, связанная с массовым внедрением в этой сфере технологии искусственного интеллекта. Крупнейшим игроком на рынке нейросетей для генерации изображений является компания OpenAI, более всего известная сообществу благодаря другому своему продукту на основе искусственного интеллекта – чат-боту Chat GPT. Нейросеть DALL-E от OpenAI способна генерировать качественные изображения на основе текстовых описаний как для личного, так и для коммерческого использования. Конкуренцию DALL-E составляют такие популярные нейросети, как Midjourney и Stable Diffusion. В настоящий момент на данный рынок также выходит компания Apple со своей новой платформой Apple Intelligence, акцент в которой сделан на генерации и обработке изображений. На отечественном рынке нейросетей для генерации изображений также представлены продукты крупных технологических компаний: Kandinsky от компании Сбер и Шедеврум, принадлежащий компании Яндекс.

Выход на рынок нейросетей для генерации изображений таких компаний, как Apple, а также крупные инвестиции в отрасль со стороны других техногигантов свидетельствует о том, что использование искусственного интеллекта в сфере дизайна не является краткосрочным трендом. В условиях развития технологического прогресса и крупных инвестиций в данную отрасль нейросети будут крайне быстро эволюционировать. В будущем они смогут выполнять не только рутинные операции, но и возьмут на себя креативную и творческую часть работы, выполняя ее не менее, а возможно, и более качественно, чем профессиональный дизайнер.

При этом стоит понимать, что нынешняя, по классификации Клауса Шваба, четвертая промышленная революция – не первая в истории человечества. Предыдущие промышленные революции уже приводили к трансформации рынка труда, а также не только к исчезновению старых, но и к возникновению новых профессий. Следует понимать, что искусственный интеллект не может «отобрать» работу у дизайнера. В прошлом работу у извозчиков отобрали не автомобили, а сами извозчики, освоившие новые технологии и ставшие водителями. Точно также работу у дизайнеров отберет не сам искусственный интеллект, а те дизайнеры, которые освоили современные и эффективные инструменты на его основе.

Таким образом, рынок труда в сфере графического дизайна ожидают не количественные (*связанные с его уменьшением*), а качественные (*связанные с трансформацией его структуры*) изменения. В подобных условиях дизайнеру для поддержания конкурентоспособности на рынке труда необходимо быть готовым к постоянному обучению новым технологиям и использованию современных инструментов в своей работе. /

### Сведения об авторе / About the author:

Лем Андрей Сергеевич  
Северо-Западный институт  
управления РАНХиГС, ведущий  
специалист департамента  
образовательной деятельности.  
[lem-as@ranepa.ru](mailto:lem-as@ranepa.ru)

*Lem Andrei S.*  
*RANEPa St. Petersburg,*  
*Senior Specialist of Educational*  
*Activities Department.*

## КНИГА «ДИЗАЙН ПЕРЕМЕН» КАК МАНИФЕСТАЦИЯ МЕТОДА TRANSSCRIPT / THE BOOK "DESIGN FOR CHANGE" AS A MANIFESTATION OF THE TRANSSCRIPT METHOD

Г. Н. Лола / G. N. Lola

Необходимость оперативно и продуктивно реагировать на вызовы времени актуализирует поиск новых методов в дизайне. Авторский метод Transscript стал основой для разработки книги «Дизайн Перемен. Микродинамика креативного действия», цель которой – создать иммерсивную образовательную среду с новыми концептуальными установками.

*The need to respond quickly and productively to the challenges of the time actualizes the search for new methods in design. The author's Transscript method became the basis for the development of the book "Design for Change. Microdynamics of Creative Action", which aims to create an immersive educational environment with new conceptual attitudes.*

### Ключевые слова / Keywords:

дизайн-методология, эксперимент, нелинейное мышление, форма, книга / *design methodology, experiment, non-linear thinking, form, book.*

Современная ситуация актуализирует поиски новых методов в дизайне. Интенсивное формирование новых отношений человека со средой требует не только знаний, но и умения быстро схватывать, вносить структуру в спонтанные процессы, обнаруживать неявные смыслы в потоках информации. Потребности цифровой индустрии в создании нематериальных продуктов способствуют смещению фокуса внимания с объекта дизайна на процесс. Переход от проектирования объектов к структурированию процессов меняет понимание концептуальной работы: жесткое планирование уступает место эксперименту, поиску баланса интуитивного и рационального, определенного и неопределенного.

Процессуальный подход не отменяет целенаправленности. Дизайн по-прежнему призван вносить определенность в существование человека, превращать хаос повседневности в осмысленную среду, а безликий предмет – в вещь. Смещение внимания на процесс не уводит от поставленной цели, а, напротив, способствует ее лучшему пониманию и наполнению новыми смыслами. В методологии процессуального подхода неопределенность и непредсказуемость, всегда присущие творческому процессу, выходят на первый план и требуют от дизайнера гибкого, ситуативного мышления и быстрой реакции на изменяющуюся ситуацию. Как следствие, концептуальная работа должна стать не планом достижения четко определенной цели, а созданием ситуации для появления нового решения или продукта. Авторский метод Transscript предлагает гибкий алгоритм создания ситуации, которая, задавая определенные параметры креативному процессу, сохраняет его свободу, импровизационную природу и эмоциональность.

Концепция в Transscript представляет собой пространственно-временной континуум, который определяет не концепт, а ключевой код. В этом случае концепт оказывается не исходной точкой процесса разработки дизайн-продукта, а результатом экспериментального поиска. Метод Transscript ориентирует дизайнера не говорить о чем-то своим продуктом, а делать свой продукт тем, о чем тот хочет сказать. Образовательный процесс должен быть построен аналогично: ему необходимо найти форму, которая сама является манифестацией контента.

Принципы метода Transscript реализованы дизайнерами А. Д. Соколовой и Т. И. Александровой в книге Г. Н. Лола «Дизайн Перемен. Микродинамика креативного действия». Цель книги – изложить метод Transscript в релевантной ему форме и создать иммерсивную образовательную среду. В качестве ключевого кода была выбрана древняя китайская «Книга перемен». Ключевой код подсказал три концептуальные константы проекта: гексаграммы, ландшафт и коды-иероглифы. Гексаграммы стали формой структурирования гибридного текста, ландшафт дал пространственно-временному континууму подобную природе форму, коды-иероглифы создали точки-события, провоцирующие желание думать о дизайне на другом языке.

Метод Transscript прошел апробацию в учебном процессе. Следствием его освоения стала большая открытость студентов новой информации, способность видеть в хаосе не препятствие, а ресурс, умение структурировать креативный процесс и оперативно его корректировать. /

### Сведения об авторе / About the author:

Лола Галина Николаевна  
Санкт-Петербургский  
государственный университет,  
доктор философских наук,  
профессор кафедры дизайна.  
[galina\\_lola@mail.ru](mailto:galina_lola@mail.ru)

Lola Galina N.  
St. State University, Advanced Doctor  
in Philosophy, Professor of Design  
Department.

## МЕТОДИКА РАБОТЫ С КУЛЬТУРНЫМИ ФРЕЙМАМИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ / THE METHODOLOGY OF WORKING WITH CULTURAL FRAMES IN GRAPHIC DESIGN

А. А. Никитина / A. A. Nikitina

Рассматривается методика работы с культурными фреймами, применяемая на кафедре дизайна СПбГУ. Методика включает четыре этапа и позволяет эффективно доносить ценности культурных фреймов в визуальной коммуникации.  
*The article deals with the method of working with cultural frames used at the Department of Design of St. Petersburg State University. The method includes four stages and allows to effectively convey the values of cultural frames in visual communication.*

### Ключевые слова / Keywords:

визуальная коммуникация, культурные фреймы, проектирование, предпроектное исследование / *visual communication, cultural frames, design, pre-design research.*

Одним из направлений работы со студентами на кафедре дизайна в Санкт-Петербургском государственном университете является работа с культурными фреймами. Культурные ценности в восприятии зрителей обросли коконом штампов. Такие большие темы, как творчество А. С. Пушкина, вклад в науку Д. И. Менделеева, слишком затерты. Мы не всегда осознаем, почему это ценно, в итоге восприятие зрителя просто фильтрует такую коммуникацию. Чтобы создать сильный визуальный образ, дизайнеру нужно самому удивиться, самому найти ценность в том, о чем он рассказывает. Это возможно только через личный исследовательский поиск и переживание этой темы, поэтому мы со студентами начинаем работу с исследовательского этапа, главной задачей которого является определение ценности культурного фрейма. На основе изученных работ по культурологии, философии, искусствоведению, литературоведению, истории студент пишет эссе, где собирает и выделяет основные для него мысли. После этого начинается второй этап – концептуальное проектирование, который включает работу с визуальными образами в соответствии с типом носителя коммуникации. Обычно мы работаем с двумя типами носителей, различая их по способу воздействия на зрителя: носители, направленные на внедрение, и носители, направленные на вовлечение. Произведения первого типа работают с еще не заинтересованным зрителем, их основная цель – прорваться к зрителю сквозь «баннерную слепоту», носители второго типа работают с уже лояльным зрителем, мягко разворачивая перед ним концепцию и вовлекая в культурный фрейм. До начала работы для студента очень важно определиться, какой тип носителя коммуникации он проектирует. Оба типа имеют свое место в комплексной медиакампании, но могут использоваться и точно. К первому типу относятся, например, плакаты, баннеры, различные «рекламные» образы, т. е. носители визуальной коммуникации с очень коротким временем восприятия. Для того чтобы достичь парадоксальности, создать сильный визуальный образ, мы предлагаем студентам использовать механику работы с образом, которая основана на системе художественных тропов. Ко второму типу относятся медиа, взаимодействие с которыми растянуто во времени: например, печатные издания, сайты и приложения, настольные игры. Для разработки такого типа носителей мы предлагаем студентам использовать игровые механики. После этапа концептуального проектирования идет традиционный для графического дизайна этап проектирования. После этого – заключительный этап: тестирование и апробирование. Созданные произведения тестируются на фокус группах, при необходимости корректируются. Таким образом, методика работы с культурными фреймами состоит из четырех фаз: исследовательского этапа, этапа концептуального проектирования, этапа проектирования и этапа тестирования. Большинство проектов, разрабатываемых на кафедре в рамках этой темы, имеют реальных заказчиков, успешно протестированы на целевой аудитории и уже внедрены. /

### Сведения об авторе / About the author:

Никитина Анна Александровна  
Санкт-Петербургский  
государственный университет,  
старший преподаватель  
кафедры дизайна.  
[annadriga@yandex.ru](mailto:annadriga@yandex.ru)

*Nikitina Anna A.*  
*St. Petersburg State University,*  
*Senior Lecturer of Design Department.*

## ШРИФТ КАК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНА / TYPEFACE AS AN EMOTIONAL AND FUNCTIONAL DESIGN TOOL

А. Д. Погорелова / A. D. Pogorelova

Шрифт как основная часть типографики всегда представляет собой некоторое сообщение, направленное на коммуникацию нескольких сторон. Стороны, которые вступили в коммуникацию, должны правильно считать сообщение. Шрифт как носитель и выразитель сообщения играет невероятно важную роль в этом процессе, поэтому существенное значение имеет выбор качественного шрифтового продукта.

*The font, as the main part of typography, always represents some kind of message aimed at communication between several sides. The sides which have entered into communication must correctly read the message. The font, as a carrier and a message carrier, plays an incredibly important role in this process, so choosing a high-quality font product is essential.*

### Ключевые слова / Keywords:

типографика, шрифт, шрифтовой дизайн, гарнитура, словолитня, восприятие, коммуникация / *typography, font, type design, typeface, type foundry, perception, communication.*

С начала эпохи металлического набора шрифт был неотъемлемой частью типографики, а типографика, в свою очередь, была основным инструментом в графической коммуникации. Если века назад пуансонисты были редчайшими мастерами, а изготовление одной гарнитуры занимало многие годы, то в современных реалиях шрифты стали значительно более доступными для дизайнеров благодаря множеству онлайн-библиотек, магазинов и других специализированных платформ. Каждому дизайнеру теперь предоставлена возможность выбирать из сотен тысяч шрифтов. Несмотря на огромное количество доступных шрифтов, не все из них обладают достойным качеством. Доступность инструментов и облегченный дигитализацией процесс создания шрифтовых гарнитур породил большое количество низкокачественного продукта. Шрифты невысокого качества могут значительно повлиять на восприятие конечного продукта, разрушая графическую эстетику как самого объекта дизайна, так и общей визуальной культуры среды, в которой он находится. Использование некачественных шрифтов в проектах может негативно сказаться на имидже бренда, затруднить чтение текста и ухудшить общее впечатление от продукта.

При выборе цифровых шрифтов важно учитывать их свойства: например, наличие необходимых начертаний в гарнитуре (*обеспечит гибкость в создании дизайн системы*), поддержку языков и различных символов (*особенно важно для многоязычных проектов*).

Пользователи, дизайнеры и типографы, должны анализировать графические характеристики шрифта, включая его удобочитаемость и соответствие общей концепции проекта. Современная типографика предлагает множество инструментов и возможностей, однако современному дизайнеру важно мыслить шире и создавать грамотную визуальную культуру в области своего влияния. /

### Сведения об авторе / About the author:

Погорелова Анастасия

Дмитриевна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа

экономики», преподаватель;

ООО «Тайптайп», старший

шрифтовой дизайнер.

[pogorelova.ad@vandex.ru](mailto:pogorelova.ad@vandex.ru)

*Pogorelova Anastasia D.*

*HSE University, Lecturer;*

*Typetype LLC, Senior font designer.*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СЕРИЙНОГО ПЛАКАТА / FORMATION OF PROFESSIONAL THINKING OF STUDENT DESIGNERS IN THE PROCESS OF DESIGNING A SERIAL POSTER**

Л. Н. Романова / L. N. Romanova

Целью работы является формирование профессионального мышления студентов, изучающих графический дизайн на занятиях по проектированию серии плакатов. Представлена актуальная методика проектирования, основанная на проектно-художественной деятельности студентов. Методика включает концептуальный и художественный аспект, учитывает контекст развития стилей графического дизайна прошлого и настоящего. *The purpose of the study is to form the professional thinking of students studying graphic design in classes on designing a series of posters. An up-to-date design methodology based on the design and artistic activities of students is presented. The methodology includes a conceptual and artistic aspect, takes into account the context of the development of graphic design styles of the past and present.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

профессиональное мышление, дизайн-мышление, комплексно-системный подход / *professional thinking, design thinking, comprehensive and systematic approach.*

Формирование профессионального мышления студентов подразумевает переход от изобразительной интерпретации темы к специфическому дизайнерскому осмыслению проблемы, в основе которого лежат две составляющие: концептуальная и художественная. Развитие и общей изобразительной культуры, и профессионального дизайнерского мышления, предполагающего знание студентом истории развития стилей дизайна, умение их креативно переосмыслить и генерировать современные решения, целесообразно осуществлять посредством работы над созданием плакатной серии. В процессе работы над серией плакатов, во-первых, предлагается опираться на опыт знаменитых школ дизайна (ВХУТЕМАС, «Баухауз»). Студентам предлагается в качестве упражнения создать визуальный ряд: рассказать сказку или историю в шести кадрах, используя приемы формальной композиции. Это дает возможность почувствовать ритмическую организацию частей композиции, объединенных единым смысловым и изобразительным мотивом. Во-вторых, для развития ассоциативно-образного мышления предлагается включать в процесс обучения упражнения по созданию серии плакатов, построенных на ассоциациях. Плакаты должны передавать образ определенной эпохи. На третьем, заключительном, этапе студентам предлагается выполнить полноценную работу по созданию плакатной серии, где необходимо использовать навыки, полученные в процессе выполнения предыдущих заданий, а также применить все возможности современных технологий, которым они обучались на дисциплинах других модулей из учебного плана. Таким образом, в рамках работы над плакатной серией возможно организовать системный подход к обучению. С одной стороны, он будет направлен на формирование художественного видения (*посредством изучения общих тенденций развития изобразительного языка плаката*), а с другой стороны, способствует развитию профессионального дизайнерского мышления, которое должно включать умение определять проблему и ставить задачу, генерировать идеи и разрабатывать методики проектирования. Также улучшится знание исторического контекста и владение навыками интеграции в проектную деятельность опыта смежных дисциплин. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

Романова Людмила Николаевна  
Московский государственный педагогический университет, кандидат педагогических наук, доцент кафедры дизайна и медиатехнологий в искусстве.  
[lnromanova@mail.ru](mailto:lnromanova@mail.ru)

*Romanova Lyudmila N.*  
*Moscow State Pedagogical University, Ph.D. of Pedagogy, Associate Professor of Design and Media Technologies in Art Department.*

## ШРИФТ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ КАК МЕДИУМ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ / TYPEFACE IN THE URBAN ENVIRONMENT AS A MEDIUM OF VISUAL CULTURE

В. Е. Рябина-Задерновская / V. E. Ryabinina-Zadernovskaya

В совокупности с элементами природного, архитектурного и предметно-пространственного окружения объекты графического дизайна формируют эстетический облик города, во многом определяя характер восприятия городской среды в глазах человека. В культурологическом аспекте шрифт как графический артефакт является одним из самых эффективных инструментов организации целостного образа города, подчёркивает аутентичность и непрерывность его истории, укрепляет чувство принадлежности к городскому сообществу.

*Together with elements of natural, architectural and object-spatial environment, graphic design objects form the aesthetic image of the city, largely determining the nature of perception of the urban environment in the eyes of man. In the cultural aspect, the font as a graphic artefact is one of the most effective tools for organising the holistic image of the city, emphasising the authenticity and continuity of its history, as well as strengthening the sense of belonging to the urban community.*

### Ключевые слова / Keywords:

городской дизайн, графический дизайн, шрифт, типографика, городская среда / urban design, graphic design, font, typography, urban environment.

Индивидуальность визуальной среды каждого города складывается из характеристик основных градоформирующих компонентов. В их число входят как элементы природного ландшафта, так и объекты проектной деятельности человека в области градостроительства и архитектуры, средового (объекты благоустройства) и графического дизайна (объекты рекламы и информации).

Шрифт как инструмент формирования визуального сообщения обладает двойственной характеристикой – с одной стороны, играет семантическую роль в городской коммуникации, являясь средством передачи информации, с другой – семиотическую, формируя городскую знаковую среду. При этом, несмотря на существующие различия в восприятии шрифтовой формы (на логическом уровне – считывание смысла, заложенного в сообщении; на чувственном уровне – восприятие образных характеристик самого шрифта и всей типографической композиции), обе эти роли неразрывно связаны друг с другом и не существуют в пространстве города в отдельности.

Шрифт является не только функциональным инструментом для передачи информации, но и источником сохранения и передачи во времени и пространстве городских визуальных культурных кодов. Это делает его особенно актуальным и важным объектом для изучения в контексте исследований городской аутентичности. Характерные для разных исторических этапов приемы и принципы выбора шрифта и организации шрифтовой композиции на объектах городской среды (архитектура, памятники, объекты и элементы благоустройства и т. д.), равно как и на временных носителях городской рекламы и информации, отражают последовательность смены исторических этапов и демонстрируют уровень городской графической культуры в каждый конкретный момент времени. /

### Сведения об авторе / About the author:

Рябина-Задерновская  
Варвара Евгеньевна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия  
им. А. Л. Штиглица, доцент кафедры  
графического дизайна.  
[zadernovskaya@gmail.com](mailto:zadernovskaya@gmail.com)

Ryabinina-Zadernovskaya  
Varvara E.  
Saint Petersburg State Academy  
of Art and Design named after  
A. L. Stieglitz, Associate Professor  
of Graphic Design Department.

## ИДЕНТИФИКАЦИОННАЯ ГРАФИКА В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ: ПРИНЦИПЫ ОБУЧЕНИЯ / IDENTIFICATION GRAPHICS IN URBAN ENVIRONMENTS: TRAINING PRINCIPLES

Г. М. Салтыкова / G. M. Saltykova

Идентификационная дизайн-графика является неотъемлемой частью информационной и коммуникативной составляющей графического дизайна в городской среде. Такая графика непосредственно связана с культурой, временем и требованиями общества. Студентам, будущим дизайнерам, необходимо обучение проектированию идентификационных носителей.

*Identification design graphics are an integral part of the information and communication component of graphic design in an urban environment. Such graphics are directly related to culture, time, and the demands of society. Students, future designers, need training in the design of identification media.*

### Ключевые слова / Keywords:

идентификационная дизайн-графика, дизайн-образование, проектирование, городская среда. / *identification design graphics, design education, projection, urban environment.*

В стремлении к универсализму и в попытке оптимизировать процессы, протекающие в жизненном пространстве в целом и городской среде в частности, современная культура использует визуально-графический язык дизайна — знаковые системы и идентификационную графику — для координации информационных потоков. Идентификационная графика в городской среде может быть представлена различными формами: знаками и символами, графическими изображениями, различными элементами корпоративной айдентики, рекламными образами.

От дизайнера в определенном смысле зависит уровень, доступность и качество коммуникации между людьми, поскольку изображение, знак, рекламная графика могут интерпретироваться в соответствии с принятыми в конкретной культурно-социальной среде нормами и правилами. Следовательно, для грамотной организации процесса коммуникации с помощью графических средств дизайнеру необходимо развивать системное мышление и способность к анализу, а значит, в процессе обучения не обойтись без изучения законов восприятия, особенностей обработки и передачи информации. Будущий дизайнер должен также обладать знаниями в области семиотики, поскольку выбор визуального решения определяется содержанием сообщения и его функциональной направленностью.

Особенность проектируемой графики для городской среды заключается в том, что смысл (особенно знаковых структур) в большинстве случаев закладывается конвенционально, поэтому дизайнер постоянно находится в поиске неких универсальных способов обмена информацией. Следовательно, в основе дизайн-образования должно быть заложено получение *трех типов знания*:

- 1) о культуре (*исторической, современной, мировой и отечественной и др.*), так как это источник культурных аналогов и смыслообразующее начало разрабатываемого объекта;
- 2) об искусственных изобразительных системах (*образах, знаках, символах*), понятных представителям конкретной целевой аудитории, так как это источник понимания, принятия и социального одобрения дизайн-проекта;
- 3) о правилах и законах композиции, так как это основа системного подхода к решению задач и основа развития дизайн-мышления, расширяющего горизонт проектных решений.

Результат дизайнерского труда обладает специфической функцией: формирует и передает сообщения, считывая смысл которых, пользователь может получить информацию о времени, особенностях территориального устройства, культуры и организации жизни. Обучение принципам проектирования идентификационной графики позволит студентам лучше подготовиться к будущей профессиональной деятельности. /

### Сведения об авторе / About the author:

Салтыкова Галина Михайловна  
Московский педагогический  
государственный университет,  
кандидат педагогических наук,  
доцент, профессор кафедры дизайна  
и медиатехнологий в искусстве  
художественно-графического  
факультета Института изящных  
искусств.  
[sgm100@mail.ru](mailto:sgm100@mail.ru)

*Saltykova Galina M.*  
*Moscow Pedagogical State University,*  
*Ph.D. of Pedagogy, Associate Professor,*  
*Professor of Design and Media*  
*technologies in Art Department of Art*  
*and Graphics Faculty of Institute*  
*of Fine Arts.*



**ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ  
ПОДГОТОВКИ «ДИЗАЙН» НА КАФЕДРЕ  
ДИЗАЙНА И МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ В ИСКУССТВЕ  
МОСКОВСКОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА /  
EDUCATION OF STUDENTS IN THE FIELD OF DESIGN  
AT THE DEPARTMENT OF DESIGN AND MEDIA  
TECHNOLOGIES IN ART OF MOSCOW PEDAGOGICAL  
STATE UNIVERSITY**

T. C. Северова / T. S. Severova

Обучение студентов направления подготовки «Дизайн» на художественно-графическом факультете МПГУ базируется на традициях отечественного художественного образования. Основу обучения составляют модуль «Проектирование в дизайне» и проектная деятельность в рамках производственной практики, а также развитие цифровых компетенций обучаемых. Изучение дисциплин педагогического модуля создает предпосылки для получения дизайнерами дополнительного или магистерского педагогического образования.

*Education of students in the field of Design at the Faculty of Art and Graphic Arts of Moscow State Pedagogical University is based on the traditions of domestic art education. The basis of the training is the module "Design Designing" and project activities within the framework of industrial practice, as well as the development of digital competencies of students. The study of disciplines of the pedagogical module creates the prerequisites for designers to receive additional or master's pedagogical education.*

**Ключевые слова / Keywords:**

обучение дизайну, проектирование в дизайне, производственная практика, цифровые компетенции, педагогическое образование / design education, design designing, industrial practice, digital competence, pedagogical education.

**Сведения об авторе / About the author:**

Северова Тамара Степановна  
Московский педагогический  
государственный университет,  
кандидат педагогических наук,  
заведующий кафедрой дизайна  
и медиатехнологий в искусстве.  
[tseverova@mail.ru](mailto:tseverova@mail.ru)

Severova Tamara S.  
Moscow Pedagogical State University,  
Ph.D. of Pedagogy, Head of Design  
and Media Technologies in Art  
Department.

Специальность «Дизайн» была открыта на художественно-графическом факультете Московского педагогического государственного университета более 20 лет назад – в 2002 году. В настоящее время кафедра дизайна и медиатехнологий в искусстве осуществляет реализацию образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Дизайн». Подготовка студентов к творческой профессиональной деятельности базируется на углубленном изучении профильных дисциплин, таких как «Академический рисунок», «Академическая живопись», «История искусств», на изучении основ теории изображений в рамках дисциплин «Перспектива» и «Графическое моделирование». Художественно-графический факультет, не так давно отметивший свое 80-летие, обладает многолетним опытом преподавания указанных дисциплин. Основным модулем обязательной части учебного плана является модуль «Проектирование в дизайне», включающий дисциплины, посвященные коммуникативному дизайну, корпоративному стилю, серийной продукции, упаковке, а также шрифтовым формам. Общая трудоемкость модуля составляет 28 зачетных единиц. Дисциплины модуля преподает руководитель образовательной программы профессор Галина Михайловна Салтыкова, автор двадцати учебных пособий и учебника для студентов художественных вузов. В процессе прохождения производственной практики студенты под ее руководством выполняют реальные проектные работы в области графического дизайна, в том числе создают полиграфическую и цифровую презентационную продукцию для позиционирования университета и факультета, а также для оформления пространства МПГУ. На протяжении нескольких лет они практически еженедельно разрабатывают размещаемые на сайте вуза событийные плакаты к памятным датам и юбилеям. В феврале 2024 года оперативно были разработаны открытки для участия представителей МПГУ во Всемирном фестивале молодежи с проектом «Пушкин – наше всё». Необходимые для дизайнера умения работать с растровой и векторной графикой, создавать визуализации трехмерных изображений и компьютерную анимацию формируются в процессе изучения дисциплин модуля «Цифровые технологии в дизайне». Помимо дисциплин модуля «Проектирование в дизайне» студенты изучают художественно-техническое редактирование, моушн-дизайн, основы веб-дизайна, проектирование интерьера, арт-дизайн, ландшафтный дизайн и другие дисциплины. В последнем семестре в рамках дисциплины «Основы производственного мастерства» они создают сайт-портфолио, который помогает руководству проанализировать успешность и результативность обучения студентов. Особенностью обучения дизайну в педагогическом вузе является наличие в учебном плане педагогического модуля и производственной педагогической практики, что, однако, не дает права выпускникам вести преподавательскую деятельность. Желающим получить педагогическое образование предлагается обучение на кафедре по дополнительной программе профессиональной переподготовки или в заочной магистратуре. Развитие направления подготовки «Дизайн» в педагогическом вузе не является приоритетным, в связи с этим существуют проблемы выделения бюджетных мест и открытия приема на очную форму обучения. Тем не менее на образовательную программу «Дизайн» ежегодно осуществляется набор, а выпускники успешно работают в сфере дизайна и художественного образования. /

**АЙДЕНТИКА ВЫСТАВКИ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПОИСК КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ / THE IDENTITY OF THE EXHIBITION OF CONTEMPORARY ART: DEVELOPMENT TRENDS AND THE SEARCH FOR CONCEPTUAL SOLUTIONS**

О. Э. Сони́на / O. E. Sonina

В исследовании рассмотрены актуальные подходы к разработке системы визуальной идентификации периодических выставочных проектов современного искусства периода XX–XXI вв. Развитие этих подходов обусловлено широким диапазоном художественных практик, творческими поисками новых форм организации проектов, эффективных и динамичных средств коммуникации с аудиторией.

*The study examines current approaches to the development of a visual identification system for periodic exhibition projects of contemporary art of the XX–XXI centuries. The development of these approaches is due to a wide range of artistic practices, creative searches for new forms of project organization and effective and dynamic means of communication with the audience.*

**Ключевые слова / Keywords:**

выставка, биеннале, современное искусство, графический дизайн, визуальная идентификация, айдендика / *exhibition, biennale, contemporary art, graphic design, visual identification, identity.*

Айдендика сегодня – неотъемлемая часть практически любого культурного мероприятия, важнейший инструмент взаимодействия с аудиторией. В России и за рубежом одной из популярных форм репрезентации современного искусства стали «большие» проекты: фестивали, биеннале и триеннале, благодаря которым формируется динамичная креативная среда, всегда есть место для творческих экспериментов, затрагивающих не только различные формы искусства, но и архитектуру, дизайн и способы организации и продвижения проектов.

Documenta и Manifesta – крупнейшие европейские проекты с богатой историей, которые имеют ряд принципиальных отличий в организации, отношении к актуальному искусству и его роли в социальной и культурной жизни общества. Анализ систем визуальной идентификации Documenta и Manifesta позволяет проследить изменения идейного содержания и творческих подходов к проектированию рекламно-информационного сопровождения проектов, выявить специфику выставочной айдентики, связь с концептуальным содержанием, организационной структурой проекта. Характерной чертой художественно-образной организации айдентики периодических выставочных проектов является стремление, с одной стороны, сохранить логические или визуальные связи с историей проекта, а с другой – противопоставить ее предшествующим версиям, вовлечь посетителей в дискуссию о природе современного искусства.

В айдентике Documenta и Manifesta прослеживаются две устойчивые тенденции. Первая основана на упрощении визуального языка, использовании иконических элементов или знаков, отражающих идейное содержание проектов, и объединяет элементы экспозиционного пространства, наружную рекламу, печатные издания и сувенирную продукцию. Вторая предполагает усложнение визуального языка, отрицает единство элементов рекламно-информационного сопровождения как признак принадлежности к культуре развлечений и маркетинговым технологиям, более характерным для продвижения продуктов массового потребления.

Рекламно-информационные материалы, сопровождающие выставки, наравне с самим проектом и представленными арт-объектами являются художественным высказыванием, которое дизайн, не ограничиваясь своей утилитарной и эстетической функцией, облекает в новую художественную форму. /

**Сведения об авторе / About the author:**

Сони́на Ольга Эдуардовна  
Петровский колледж,  
преподаватель; Санкт-Петербургский  
государственный университет  
промышленных технологий  
и дизайна, соискатель кафедры  
истории и теории дизайна  
и медиакommunikаций.  
[olga\\_sonina@list.ru](mailto:olga_sonina@list.ru)

*Sonina Olga E.*  
*Petrovsky College, Lecturer;*  
*St. Petersburg State University*  
*of Industrial Technologies and Design,*  
*Applicant of History and Theory*  
*of Design and Media Communications*  
*Department.*

## МАКРО- И МИКРОТИПОГРАФИКА КАК СИСТЕМА ФРАКТАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ / MACRO- AND MICROTYPOGRAPHY AS A SYSTEM OF FRACTAL OBJECTS

П. Ч. Хан / P. Ch. Han

Рассмотрение типографики, с одной стороны, как фрактала – системы, в которой на разных уровнях существуют и рождаются самоподобные структуры, а с другой стороны, как диссипативной системы может объяснить многие процессы, происходящие в современном медиадизайне, и дать дизайнеру инструмент видения не только своей частной ситуации (*я и заказ*), но и широкого коммуникативного контекста, в который он вовлечен. *Considering typography, on the one hand, as a fractal system in which self-similar structures exist and are born at different levels, and on the other hand, as a dissipative system can explain many processes taking place in modern media design and give the designer a tool for seeing not only his private situation (me and the order), but also a wide the communicative context in which he is involved.*

### Ключевые слова / Keywords:

типографика, фрактал, диссипативная система, самоорганизация. / *typography, fractal, dissipative system, self-organisation.*

Фракталы – это объекты и структуры, обладающие самоподобием на разных иерархических уровнях. Типографика как дисциплина, охватывающая технические и пластические практики, отталкивается даже в своем определении от типовых символов. Тем самым бесконечный мир типографических ситуаций и явлений таит в себе самоподобие (*фрактальность*) уже по своему определению. Структурной единицей типографики является полоса набора. В обобщенном виде это прямоугольник. Границы этого прямоугольника определяет глаз в иерархической системе наборных построений: кегельная площадка – строка – абзац – полоса – колонка и т. д. Граница же собственно очка набора традиционно относится к макротипографике и определяет контрформу – пространство в единице набора (*кегельной площадке*), не занятое очком буквы. Если продолжать аналогию, то можно говорить об очке и контрформе строки внутри прямоугольного пространства строки, об очке и контрформе абзаца и т. д. Границы типографического очка – тот визуальный материал, который семиотически осмысляет дизайнер. Спонтанная самоорганизация типографических объектов как фракталов (*«успешный, качественный» дизайн*) происходит в том случае, если дизайнер нацелен заметить самоподобные структуры, структуры одинаковой размерности. Размерность определяется степенью обобщения и определения дизайнером масштаба контура контрформы.

В. Г. Власов описывает модель древа искусства после XVI века как диссипативную систему (*Власов В. Г. Постренессансное искусство как диссипативная система // Актуальные проблемы теории и истории искусства. М., 2016. № 6. С. 733–740*). Интересно, что не только искусство, но и типографика может быть рассмотрена под таким углом, причем на разных уровнях системы. Уровень «дизайнер – произведение» характеризуется поиском самоподобия в пространстве продукта. Уровень эпохи в типографике характеризуется поиском системности, самоподобия в масштабе корпуса произведений (*например, бланков, афиш, газет, книг и т. д.*). При определенных допущениях типографику можно рассматривать как семиотическую языковую систему. Здесь важно изучить подходы, общие для лингвистов и дизайнеров. Л. В. Бронник, указав на естественную тенденцию языка к самосборке, пишет о том, что «шероховатости» и «неровности» языка ранее рассматривались как девиантные формы, а применение фрактальной теории может дать основу для более глубокого понимания языковых процессов (*Бронник Л. В. О фрактальном самоподобию в языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Волгоград, 2009. С. 15–19*).

Типографические решения, как фрактальные объекты в диссипативных системах, могут превращаться в самоорганизующиеся или в наполняющиеся всё большим хаосом структуры.

### Сведения об авторе / About the author:

Хан Павел Чангирович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», образовательная программа «Медиакоммуникации», преподаватель.

[pavelhan2009@gmail.com](mailto:pavelhan2009@gmail.com)

Han Pavel Ch.

Educational Program "Media Communications" of HSE University, Lecturer.

- 54 / Айгузина Л.А.  
РОЛЬ РЕКЛАМНЫХ ВЫВЕСОК  
В ФОРМИРОВАНИИ  
ВОСПРИЯТИЯ ГОРОДСКОГО  
ПРОСТРАНСТВА /
- 56 / Джабборова Д.Х.,  
Букштынович В.А.  
ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ  
В ДИЗАЙНЕ /
- 58 / Дмитриева О.А.  
ТИПОГРАФИКА:  
ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ  
КИРИЛЛИЦЫ /
- 60 / Каткова Я.А.  
ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН  
В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ.  
СВЕТОВЫЕ ПРОЕКЦИИ /
- 62 / Климовская Д. И.  
СПЕЦИФИКА  
ФОРМООБРАЗОВАНИЯ  
ЦИФР В КИРИЛЛИЧЕСКИХ  
И ЛАТИНСКИХ ШРИФТАХ /
- 64 / Ковальчук Э.О.  
ЯЗЫК ГРАФИЧЕСКОГО  
ДИЗАЙНА С ТЕАТРАЛЬНЫМ  
АКЦЕНТОМ /
- 66 / Курышкина А.А.  
ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ  
ЭЛЕМЕНТОВ ГРАФИЧЕСКОГО  
ДИЗАЙНА ЛЮДЬМИ  
С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ  
(АНОМАЛИЯМИ РЕФРАКЦИИ) /
- 68 / Макарова В.В.  
ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ПЛАКАТ: ОТ ИСТОРИИ  
К СОВРЕМЕННЫМ  
ТЕНДЕНЦИЯМ /
- 70 / Ткачук У.О.  
ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН  
ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ДЕМЕНЦИЕЙ:  
ОСОБЕННОСТИ  
ГРАФИЧЕСКОГО  
ВОСПРИЯТИЯ /
- 72 / Шишкалова К.Ю.  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ЛАТИНИЦЫ И КИРИЛЛИЦЫ  
В РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ  
ПЕТЕРБУРГА /
- 74 / Шорикова Д.А.  
ТВОРЧЕСКОЕ  
И РЕМЕСЛЕННОЕ НАЧАЛО  
В ГОРОДСКОМ ПЛАКАТЕ /

## **РОЛЬ РЕКЛАМНЫХ ВЫВЕСОК В ФОРМИРОВАНИИ ВОСПРИЯТИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА / ROLE OF ADVERTISING SIGNBOARDS IN SHAPING PERCEPTION OF URBAN SPACE**

Л. А. Айгузина / L. A. Aiguzina

Исследование посвящено проблемам взаимодействия рекламы и архитектуры в городской среде. Актуальность темы обусловлена необходимостью достижения между этими двумя элементами гармонии, которая на сегодняшний день часто нарушается из-за того, что местные предприниматели игнорируют рекомендации и правила дизайнера и размещения рекламных вывесок. Неправильное размещение рекламных конструкций может привести к визуальной дисгармонии, а также к реальным угрозам безопасности и юридическим проблемам. Исследование подчеркивает важность разработки единого дизайн-кода для городской среды, который будет способствовать улучшению ее качества, обеспечивая соответствие вывесок контексту окружающей застройки.

*The study is devoted to the problems of interaction between advertising and architecture in the urban environment. The relevance of the topic is due to the need to achieve harmony between these two elements, which today is often violated due to the fact that local entrepreneurs ignore the recommendations and rules on the design and placement of advertising signs. Improper placement of advertising structures can lead to visual disharmony as well as real safety hazards and legal problems. The study emphasises the importance of developing a unified design code for the urban environment, which helps to improve its quality by ensuring that signage is appropriate to the context of the surrounding built environment.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

рекламная конструкция, архитектурная среда, вывеска, эстетический регламент, фасад, культурное наследие, дизайн-код / *advertising design, architectural environment, signage, aesthetic regulations, facade, cultural heritage, design code.*

Актуальность темы обусловлена необходимостью гармоничного взаимодействия рекламы и архитектуры в городской среде. Реклама и архитектура должны дополнять друг друга, но в реальности часто наблюдается дезорганизация или визуальная дисгармония. Несмотря на усилия местных властей по разработке концепций развития городской среды и созданию единого эстетического регламента, многие предприниматели игнорируют рекомендации, разрабатывая рекламу на основе собственных вкусовых предпочтений, не учитывая архитектурные особенности зданий и места размещения.

Понимание того, как рекламные вывески могут интегрироваться в архитектурный ансамбль города, помогает избежать ситуаций, когда реклама остаётся незамеченной или, наоборот, чрезмерно привлекает внимание, нарушая общий визуальный баланс.

Исследование этой темы позволит найти оптимальное и взаимовыгодное сочетание рекламы и архитектуры, которое будет способствовать улучшению эстетического восприятия городской среды.

В ходе исследования был произведен анализ различных случаев неправильного (*приводящего к эстетическому несоответствию и потенциальным угрозам безопасности*) размещения вывесок на фасадах зданий. Также рассмотрены последствия излишней агрессивности в дизайне вывесок. Присутствие ярких, кислотных цветов, избыточных деталей и неуместных форм в конструкции приводит к эстетическому несоответствию и нарушению общего визуального баланса городской среды.

В результате исследования было выявлено, что неправильное крепление рекламных конструкций к исторически важным и структурно слабым частям фасада здания может представлять серьезную угрозу для сохранности самого здания и безопасности прохожих. Аварии и несчастные случаи, вызванные нарушением инженерных норм, требуют значительных восстановительных работ и юридических разбирательств. Соблюдение местных правил регулирования и стандартов в области размещения вывесок признано ключевым аспектом поддержания эстетического порядка и безопасности в городской среде.

Исследование подчеркивает необходимость внедрения единого дизайн-кода для городов, который бы обеспечивал соответствие рекламных вывесок контексту окружающей застройки и минимизировал бы потенциальные риски для общественной безопасности. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

**Айгузина Любовь Алексеевна**

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штигица, студент 5-го курса специалитета, кафедра графического дизайна.

[lyubov.aiguzina.99@gmail.com](mailto:lyubov.aiguzina.99@gmail.com)

**Aiguzina Lyubov A.**

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, 5th year Specialist Degree student of Graphic Design Department.

### **Сведения о научном руководителе / About the supervisor:**

**Карлов Дмитрий Анатольевич**

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штигица, доцент кафедры графического дизайна.

[moi\\_pictures@list.ru](mailto:moi_pictures@list.ru)

**Karlov Dmitry A.**

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Associate Professor of Graphic Design Department.

## ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ДИЗАЙНЕ / ETHICS AND RESPONSIBILITY IN DESIGN

Д. Х. Джабборова, В. А. Букштынович / *D. H. Jabborova,  
V. A. Bukshytynovich*

Предпринята попытка анализа феномена плагиата в сфере дизайна как проблемы, обусловленной ускоренным развитием информационных технологий. Отмечаются причины плагиата, выделяются его объективные и субъективные факторы. Особое внимание уделяется последствиям плагиата для индивидуального и профессионального развития. Предлагаются решения проблемы: развитие культуры доверия и поддержки, повышение осведомленности о последствиях плагиата, а также введение антиплагиатных систем и обучение оригинальности творчества. *An attempt has been made to analyze the phenomenon of plagiarism in the field of design as a problem caused by the accelerated development of information technologies. The reasons for plagiarism are noted, its objective and subjective factors are highlighted. Special attention is paid to the consequences of plagiarism for individual and professional development. Solutions to the problem are proposed, including the development of a culture of trust and support, raising awareness of the consequences of plagiarism, as well as the introduction of anti-plagiarism systems and teaching the originality of creativity.*

### Ключевые слова / Keywords:

плагиат, дизайн, современное искусство, интеллектуальная собственность, академическая этика, информационные технологии, творчество / *plagiarism, design, contemporary art, intellectual property, academic ethics, information technology, creativity.*

### Сведения об авторе / About the author:

**Букштынович Валерия Антоновна**  
Новосибирский государственный университет архитектуры дизайна и искусств имени А. Д. Крячкова, студент 3-го курса бакалавриата, кафедра коммуникационного дизайна.  
[st22.v.bukshytynovich@nsuada.ru](mailto:st22.v.bukshytynovich@nsuada.ru)

**Valeria Antonovna B.**  
*Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts, 3rd year Bachelor student of Communication Design Department.*

**Джабборова Диана Хамдамовна**  
Новосибирский государственный университет архитектуры дизайна и искусств имени А. Д. Крячкова, студент 3-го курса бакалавриата, кафедра коммуникационного дизайна.  
[st22.d.dzhabborova@nsuada.ru](mailto:st22.d.dzhabborova@nsuada.ru)

**Diana Khamdamovna J.**  
*Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts, 3rd year Bachelor student of Communication Design Department.*

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

**Нечаев Михаил Геннадьевич**  
Новосибирский государственный университет архитектуры дизайна и искусств имени А. Д. Крячкова, кандидат искусствоведения, заведующий кафедрой коммуникационного дизайна.  
[m.nechaev@nsuada.ru](mailto:m.nechaev@nsuada.ru)

**Nechaev Mikhail G.**  
*Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts, 3rd year Bachelor student of Communication Design Department.*

В мировом пространстве проблема плагиата в дизайне приобретает все большую актуальность. С развитием Интернета, искусственного интеллекта и доступности огромного объема информации возникла необходимость более строгого отношения к интеллектуальной собственности. Практически каждый день можно как наблюдать саму кражу работы, так и встречать жертв, подвергшихся этому действию. Плагиат – это преднамеренное нарушение авторских прав, когда физическое лицо незаконно использует или распространяет результаты чужого творческого труда, выдавая их за свои. Такое действие может повлечь за собой юридическую ответственность, а в некоторых случаях даже уголовное наказание. У плагиата есть несколько видов: перефразируемый, клонированный, дословный, смысловой, мозаичный и самоплагиат. При этом есть всего два основных вида копирования работы: намеренное и ненамеренное. Дизайн является одной из главных сфер, где развит плагиат. Из-за трудностей, возникающих при создании дизайна логотипов, сайтов, брошюр, рекламы и другого, разработчики, отвечающие за творческую часть, иногда используют метод копирования или полноценной кражи дизайна у других компаний, что вызывает споры и обсуждения, иногда доходящие до судебного разбирательства. В обычной жизни причинами кражи или копирования чужих работ чаще всего являются лень, сложности, возникающие в процессе получения и осмысления информации, отсутствие навыков самостоятельной работы (*исследования, поиска информации, ее обработки и вообще интереса к труду*). Другая причина – недостаток времени или неумение его распределять. Один из основных способов предотвращения плагиата, который применяют ещё до появления самой проблемы, – информирование на этапе обучения (*от факультативных занятий до обучающих курсов и других мероприятий, направленных на прививание интереса к созданию авторских работ и личному труду*). Другой способ – введение антиплагиатных систем и усиление контроля за оригинальностью труда. Еще одно решение проблемы – развитие культуры доверия и поддержки, создание положительной атмосферы сотрудничества как фактора улучшения работоспособности человека и коллективного желания трудиться. Также положительное влияние может оказать поощрение оригинальности и инноваций. Использование премий, дополнительных оценок или просто похвалы, если её не было ранее, увеличивает стремление работать самостоятельно. В мире современных технологий, где с каждым днём наука достигает всё более и более невероятных вершин, а вместе с ней развивается культура, искусство – это труд, результат которого может быть украден. Развивается техника, появляются новые источники информации, и проблема плагиата становится более острой. Причин появления плагиата может быть бесконечно много, но и пути решения этого вопроса можно легко найти. Необходимо принимать меры: обучение и информирование, использование информационных систем и развитие культуры доверия, поддержки могут стать эффективными инструментами борьбы с проблемой. Только совместными усилиями образовательных учреждений, студентов, работников культуры и общества в целом возможно достичь поставленной цели и создать справедливую и честную среду для интеллектуального развития. /

## ТИПОГРАФИКА: ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ КИРИЛЛИЦЫ / TYPOGRAPHY: FEATURES OF THE RUSSIAN CYRILLIC ALPHABET

О. А. Димитриева / O. A. Dimitrieva

По логичности и выразительности латинский алфавит значительно превосходит кириллический, из-за чего отечественные дизайнеры часто прибегают к его использованию. Для работы с кириллицей важно разобраться, почему наши знаки не так красивы, как их латинские родственники, и почему это необязательно плохо.

*In terms of logic and expressiveness, the Latin alphabet is significantly superior to the Cyrillic alphabet, which is why domestic designers often resort to using it. To work with Cyrillic, it is important to understand why our signs are not as beautiful as their Latin relatives, and why this is not necessarily a bad thing.*

### Ключевые слова / Keywords:

кириллица, латиница, алфавит, знак, графика, дизайн / Cyrillic, Latin, alphabet, sign, graphics, design.

Наша азбука сделана специально для славянского языка и прекрасно передает его особенный звуковой состав. Однако зачастую отмечается, что, по сравнению с латинскими, кириллические буквы менее динамичны, это особенно заметно при локализации шрифта. Готовый латинский шрифт уже имеет собственный выверенный ритм, характерные детали, и при переводе необходимо сохранить не только это, но и общий внешний вид набранного блока текста, что не всегда возможно из-за характерных различий в рисунке букв.

В латинице красота графем подчеркивается большим количеством графических рифм, представляющих единую систему. Прописные буквы выглядят монументально. Им свойственны симметрия и равновесие, они как бы стоят лицом к зрителю. Строчные же смотрятся динамичными и словно бегут слева направо к концу строки, к тому же у них есть множество верхних выносных элементов, за счет чего они выглядят в одном с прописными буквами масштабе. В кириллице же все иначе. Прописные буквы не подчиняются симметрии и не хотят ровно стоять на месте, некоторые из них направлены иногда в противоположную чтению сторону. Строчные же в подавляющем большинстве случаев являются копиями прописных букв, из-за этого создается впечатление второго масштаба знаков в строке. «Средняя полка» в знаках, в особенности имеющих в своей основе полуовал, только лишь подчеркивает разномасштабность регистров. В итоге кириллические строчные выглядят мельче своей латинской родни.

Помимо самого рисунка букв, при локализации шрифта нужно обращать внимание на «цвет» текста – на количество белого и черного в листе и концентрацию тона в одном месте. Латинице свойственна красивая «серость», при этом текст выглядит живым и динамичным. «Заборчатость» кириллицы делает буквы похожими и потому неудобочитаемыми, что усложняет работу дизайнера, ведь возможностей деформировать слова и знаки меньше. В дизайне лучший шрифт для чтения объемных текстов – тот, в котором красота каждой буквы полностью подчинена общему стилю гарнитуры; это нужно для лучшей визуальной коммуникации – здесь кириллица справляется неплохо. В работе с логотипом отдельный знак становится намного заметнее, из-за чего возрастает важность нюансов формы букв. Для решения задачи часто прибегают к красивой и лаконичной латинице, ведь логотип – лицо компании, его стараются сделать особенно выразительным и запоминающимся.

Умение удачно подобрать шрифт, грамотно им распорядиться составляет большую часть хорошего дизайна. Хотя кириллица на данный момент несовершенна, у наших дизайнеров есть необычное преимущество. Из-за того, что латинская графика уже несколько веков назад достигла едва ли не предела своей выразительности, к нашему времени было создано и использовано несколько десятков тысяч оригинальных шрифтов и логотипов. В связи с этим современному шрифтовику, работающему с латиницей, трудно сделать что-то новое. Кириллические же буквы еще не нашли своей конечной прекрасной формы. /

### Сведения об авторе / About the author:

Димитриева Ольга Алексеевна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица, студент

4-го курса бакалавриата, кафедра

графического дизайна.

[blueberries.gd@gmail.com](mailto:blueberries.gd@gmail.com)

Dimitrieva Olga A.

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz,

4th year Bachelor Student of Graphic

Design Department.

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Карлов Дмитрий Анатольевич

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени

А. Л. Штиглица, доцент кафедры

графического дизайна.

[moi\\_pictures@list.ru](mailto:moi_pictures@list.ru)

Karlov Dmitry A.

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz,

Associate Professor of Graphic Design

Department.

## **ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ. СВЕТОВЫЕ ПРОЕКЦИИ / GRAPHIC DESIGN IN URBAN ENVIRONMENT. LIGHT PROJECTIONS**

Я. А. Каткова / Ya. A. Katkova

Исследование посвящено стрит-арту как источнику формирования облика городской среды и подчеркивает важность разработки альтернативных графических и технологических решений, позволяющих смягчить уровень недоверия к художникам-граффитистам, дать возможность всем желающим приблизиться к оформлению фасадов зданий. Возможность достижения данной цели видится в использовании световых проекций.

*The study is devoted to street art as a source of shaping the appearance of the urban environment and emphasizes the importance of developing alternative graphic and technological solutions to mitigate the level of distrust of graffiti artists, to give everyone the opportunity to join the design of building facades. The possibility of achieving this goal is seen in the use of light projections.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

световые проекции, дизайн города, стрит-арт, граффити, уличное искусство, фасад, культурное наследие / *light projections, urban design, street art, graffiti, street art, facade, cultural heritage.*

Отличительной особенностью стрит-арта является вовлечение зрителя в диалог с произведением, так как оно открыто для восприятия. Однако споры о допустимости нанесения рисунка на здание велись и, очевидно, будут вестись постоянно. Эта проблема порождает альтернативное решение эстетического оформления фасадов и стен зданий – световые проекции.

Понимание того, как световые проекции могут привнести новые идеи и возможности, интегрироваться в архитектурный ансамбль города, помогает избежать ситуаций, когда возникают споры и разногласия между жителями домов и уличными художниками. Исследование этой темы позволит найти гармонию между уличным искусством росписи стен и архитектурой фасадов зданий, что в свою очередь поспособствует улучшению эстетического восприятия городской среды.

В ходе исследования был произведен анализ различных уличных объектов и уже существующих световых проекций. Также были рассмотрены плюсы и минусы как граффити, так и проекций. Обозначена разница между световым оформлением и оформлением художественными материалами. Было выявлено, что для трансляции проекций используется световое оборудование, закрепленное на фасаде противоположного здания и подключенное к сетям СПбГБУ «Ленсвет». Проектор включается и отключается централизованно вместе с системой городского освещения. Световые инсталляции являются очередным этапом проекта светового оформления брендмауэров и фасадов города, который реализуется при участии ПАО «Газпром», ассоциации «Невский свет», КГА, КГИОП.

Также были поставлены вопросы о допустимом количестве световых проекций в городе, помощи стрит-арт-художникам и жителям домов в поиске взаимопонимания.

Исследование подчеркивает необходимость внедрения световых проекций в городах, так как они обеспечили бы новый виток в развитии уличного дизайна и минимизировали бы разногласия между художниками и местными жителями. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

Каткова Яна Александровна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица, студент 5-го курса специалитета, кафедра графического дизайна.

[yanakatkova99@gmail.com](mailto:yanakatkova99@gmail.com)

*Katkova Yana A.*

*Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, 5th year Specialist Degree Student of Graphic Design Department.*

### **Сведения о научном руководителе / About the supervisor:**

Карлов Дмитрий Анатольевич

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штигица, доцент кафедры графического дизайна.

[moi\\_pictures@list.ru](mailto:moi_pictures@list.ru)

*Karlov Dmitry A.*

*Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Associate Professor of Graphic Design Department.*



## СПЕЦИФИКА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ЦИФР В КИРИЛЛИЧЕСКИХ И ЛАТИНСКИХ ШРИФТАХ / SPECIFIC FEATURES OF DESIGNING DIGITS IN CYRILLIC AND LATIN FONTS

Д. И. Климовская / D. I. Klimovskaia

Язык накладывает ограничения на поиски форм цифр, так как они должны в достаточной степени отличаться от буквенного состава. В докладе выявлены соответствия между рисунком цифр и графемами кириллических и латинских алфавитов, а также проанализированы способы их дифференциации в современных шрифтах.

*Language imposes restrictions on the choosing of number forms, since they must differ visually to a great extent from the letters.*

*The report identifies correspondences between the forms of digits and graphemes of the Cyrillic and Latin alphabets, and analyses ways to differentiate them in modern fonts as well.*

### Ключевые слова / Keywords:

типографика, шрифты, цифры, разборчивость, удобочитаемость, кириллица, латиница / typography, font, digits, readability, readability, Cyrillic, Latin.

### Сведения об авторе / About the author:

Климовская Дарья Игоревна  
Санкт-Петербургский  
государственный университет  
промышленных технологий  
и дизайна, Институт бизнес-  
коммуникаций, аспирант 2-го курса,  
кафедра истории и теории дизайна  
и медиакоммуникаций.  
[d.klimovskaya@bk.ru](mailto:d.klimovskaya@bk.ru)

*Klimovskaia Daria I.*  
*Saint Petersburg State University*  
*of Industrial Technologies and Design,*  
*Institute of Business Communications,*  
*2nd year Ph.D. Student of History*  
*and Theory of Design and Media*  
*Communications Department.*

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Андреева Вера Александровна  
Санкт-Петербургский  
государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
кандидат искусствоведения, доцент  
кафедры бренд-коммуникации.  
[anayana@mail.ru](mailto:anayana@mail.ru)

*Andreeva Vera A.*  
*St. Petersburg State University*  
*of Industrial Technologies and Design,*  
*Ph.D. of Art Criticism, Associate*  
*Professor of Brand Communication*  
*Department.*

Неудачное решение знаков, обладающих схожим распределением визуального веса, приводит к снижению скорости чтения и некорректному восприятию информации. Для разборчивости цифры должны проектироваться не только в рамках общей стилистики шрифта, но и с учетом особенностей графем языка. Это приводит к определенным ограничениям формы, которые могут быть проигнорированы при работе с другими алфавитами. Так, в латинице желательно не использовать цифру 1 без носика, так как это может привести к сближению со строчными буквами *i* и *l*, а горизонтальный штрих в основании – к сходству с *i* прописной.

Среди других характерных для латиницы схожих пар знаков можно выделить: 2 – Z, 5 – S, 8 – S, 0 – D. В кириллице сложность представляют 3 – З, 4 – Ч, 5 – Б, 6 – б. При проектировании обоих алфавитов необходимо учитывать пары 0 – O, 3 – B, 8 – B. Таким образом, наиболее сложными для восприятия оказываются цифры: 3, 5, 8, 0. В латинице могут быть сложности с 1 и 2, в кириллице важно учитывать форму 4 и 6.

Рассмотрим, как эти цифры решены в шрифтах российской студии TypeType. В 37 из 65 шрифтов (18 из них акцидентные) отдельные цифры были недостаточно дифференцированы. Декодирование 3, 5, 8 преимущественно усложняется в шрифтах с закрытой апертурой. Чтобы повысить узнаваемость цифры 5, дизайнеры студии поворачивают вертикальный штрих (TT Fors, TT Rationalist), а также иногда наклоняют овал (TT Ricks, TT Ricordi Marmo). В сложной для узких начертаний 8 овалы разводят дальше друг от друга, увеличивая тем самым внутреннее белое пространство знака (TT Carvist). Разборчивость 8 и 0 значительно снижается в приквадратных знаках (TT Lakes Neue, TT Octas). Также зачастую цифра 0 и буква O неразличимы без диагональной черты или точки внутри овала (TT Geekette, TT Mussels). Единицы теряют узнаваемость при недостаточно длинном диагональном штрихе (TT Paplane, TT Phobos). Цифра 2, наоборот, начинает походить на букву из-за длинных засечек и нестандартных пропорций (TT Espina). В кириллице следует избегать формы цифры 4, основанной на параллельных вертикалях (TT Bricks).

Как было предложено Юрием Гордоном, в цифре 3 стоит использовать вместо верхнего полуовала горизонтальный элемент, однако в большинстве шрифтов студии цифра отличается от буквы 3 лишь пропорцией или формой засечек (TT Commons™ Pro, TT Bells). Для дифференцирования пары б – б, компания зачастую применяет прямое окончание выносного элемента у цифры и пламевидный или изогнутый хвост в букве (TT Norms® Pro, TT Ramillas).

Таким образом, можно отметить, что при наличии эффективных путей для дифференциации все еще сохраняется вероятность смешения цифры и буквы, что нежелательно в текстовых шрифтах. Несмотря на то что в кириллице меньше сложных для распознавания пар, в рассмотренных шрифтах чаще встречались цифры, схожие именно с кириллическими буквами (29 из 37), в особенности 3 – З. /

## **ЯЗЫК ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА С ТЕАТРАЛЬНЫМ АКЦЕНТОМ / GRAPHIC DESIGN LANGUAGE WITH A THEATRICAL ACCENT**

Э. О. Ковальчук / E. O. Kovalchuk

В современном мире графический дизайн – общепризнанный язык коммуникации. В городской среде он встречается повсеместно. Примером может стать язык, которым с нами говорит театр. Целью данного исследования стало изучение возможностей графического дизайна в театральной сфере, а именно «перевода» видов искусств, на которых держится постановка музыкального спектакля, на язык графики. Результатом исследования должен стать алгоритм выявления визуального образа постановки с помощью графического дизайна.

*In the modern world graphic design is a universally recognized language of communication. It is found everywhere in the urban environment. An example would be the language that the theater speaks to us. The purpose of this study was to explore the possibilities of graphic design in the theatrical field, namely, the “translation” of the types of arts that support the production of a musical performance into the language of graphics. The result of the study should be an algorithm for identifying the visual image of the production using graphic design.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

графический дизайн, театр, графика, коммуникация в среде, образ / *graphic design, theatre, graphics, environmental communication, image.*

Музыка, литература, хореография и архитектура – четыре вида искусств, на которых держится постановка музыкального спектакля. Гипотезой исследования является предположение, что именно графический язык интерпретации музыки, танца, архитектуры и произведения литературы может стать ключом к пониманию того, как дизайнеру-графику перекладывать на визуальный язык идею и смысл театральной постановки. Используя этот ключ, можно сделать графическое сопровождение театральной постановки (*плакат, программка, сценография*) более точно связанным с графикой сюжета, танца, архитектуры и музыки. Одним из интересных инструментов изображения звука в музыкальном произведении является графическая нотация. Это индивидуальным способом создания музыкально-графического рассказа, знаковой системы графического выражения музыкальных звуков. Можно выделить следующие инструменты графического дизайна, которые используются для визуализации звука: шрифт, знак, цвет, графика, ритм.

Визуальные интерпретации языков литературы, хореографии, архитектуры используют те же инструменты. Это может означать, что данные языки релевантны друг другу.

Музыкальный спектакль – сложный синтез искусств, для прочтения которого важно обладать немалой эрудицией. Такой спектакль можно воспринимать на языке музыки, на языке литературы, архитектуры или хореографии. Это будут языки самой постановки. В контексте исследования предлагается использовать также внешний язык и перевести все четыре вида искусств на язык графики.

Визуализируя при помощи графики смысл того, что вкладывается каждым видом искусства в постановку, можно уже при помощи театрального плаката срежиссировать предварительное знакомство с произведением, которое даст возможность зрителю лучше понять его.

Приходя к выводу, что языки искусства связаны между собой, отметим, что в театре остаётся то, что можно назвать магией, глубинной сутью или тайной, о которой можно рассказать только на языке оригинала. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

Ковальчук Элиза Олеговна

Санкт-Петербургский  
государственный университет,  
студент 2-го курса магистратуры,  
кафедра дизайна.

[st079108@student.spbu.ru](mailto:st079108@student.spbu.ru)

*Kovalchuk Eliza O.*

*St. Petersburg University, 2nd year  
Master Student of Design Department.*

### **Сведения о научном руководителе / About the supervisor:**

Витковская Светлана

Владимировна  
Санкт-Петербургский государствен-  
ный университет, старший препода-  
ватель кафедры дизайна.

[vitkovskaasvetlana19@gmail.com](mailto:vitkovskaasvetlana19@gmail.com)

*Svetlana Vladimirovna V.*

*St. Petersburg University, Senior  
Lecturer of Design Department.*

## ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ЛЮДЬМИ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ (АНОМАЛИЯМИ РЕФРАКЦИИ) / PECULIARITIES OF PERCEPTION OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS BY PEOPLE WITH VISUAL IMPAIRMENTS (REFRACTIVE ANOMALIES)

А. А. Курышкина / A. A. Kuryshkina

Нарушения зрительного восприятия при аномалиях рефракции приводят к трудностям при выполнении задач повседневной жизни. Возможность корректно интерпретировать графические элементы снижается. Учитывая высокую распространенность зрительных нарушений в России и мире, проблему можно назвать актуальной как для специалистов графического дизайна, так и для потребителей визуального контента. В исследовании рассматриваются основные оптические искажения и особенности восприятия графических конструкций при нарушениях зрения. *Visual perception disorders with refractive errors lead to difficulties in performing tasks in everyday life. The ability to correctly interpret graphic elements is reduced. Given the high prevalence of visual impairments in Russia and the world, this problem is acute for both graphic design specialists and consumers of visual content. The study examines the main optical distortions and features of the perception of graphic designs in visual impairment.*

### Ключевые слова / Keywords:

визуальное восприятие, графический дизайн, графические конструкции, аномалии рефракции, дальтонизм / *visual perception, graphic design, elements of graphic design, refractive errors, color blindness.*

### Сведения об авторе / About the author:

Курышкина Анастасия Андреевна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А. Л. Штиглица, студент 2-го курса  
магистратуры, кафедра графического  
дизайна.  
[kanastass@yandex.ru](mailto:kanastass@yandex.ru)

*Kuryshkina Anastasia A.*  
*Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
2nd year Master Student of Graphic  
Design Department.*

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Гасюн Дарья Борисовна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А. Л. Штиглица, доцент кафедры  
графического дизайна.  
[gasunda@gmail.com](mailto:gasunda@gmail.com)

*Gasyun Darya B.*  
*Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
Associate Professor of the Department  
of Graphic Design.*

Комплексных исследований проблем нарушения зрения в мире не проводилось с 2019 года. В последнем отчёте ВОЗ по нарушениям зрения (*World report on vision*) эксперты отмечали, что выявить точное количество человек с нарушениями зрения невозможно. Назывались разные цифры, усредненная из которых – 2,2 млрд человек. Важно, что самими распространёнными являются аномалии рефракции (*близорукость, астигматизм, дальнозоркость и др.*). Например, прогнозируется, что к 2050 году 50% населения планеты будет страдать от близорукости. В России аномалии рефракции составляют 42% всех офтальмологических заболеваний, их количество растёт. При этом не существует актуальных рекомендаций для специалистов графического дизайна, которые помогали бы учитывать особенности визуального восприятия людей с аномалиями рефракции.

Более того, данная тема глубоко разрабатывается в азиатском научном поле, особенно китайском, и мало затрагивается в западном, в частности российском. Это связано, на наш взгляд, в первую очередь, с разницей языковых систем. Китайские иероглифы, в отличие от букв, несут в себе не только фонетическую информацию, но и смысловую.

Однако для коммуникации в России это тоже важно, т.к. информация передаётся не только через текст, но и посредством логотипов, вёрстки страницы, живописи, графики и фотографии. Каждая графическая конструкция содержит в себе формальные элементы композиции: пятно, силовые линии, акценты, доминанту, ритм, вес. Сейчас нет понимания, как их протестировать на возможность восприятия при аномалиях рефракции.

При этом анализ исследований по офтальмологии показывает, что выделяется ряд проблем с визуальным восприятием, которые могут быть интерпретированы с точки зрения формальных элементов композиции.

Так, пятно в графическом дизайне понимается как простая форма, имеющая границы. При аномалиях рефракции происходит размытие или искажение контуров объекта, что приводит к его деформации. В результате в композиции смещаются акценты – доминирующие элементы. Меняется и соотношение пустого и заполненного пространства, что влияет на визуальный вес композиции. Иначе воспринимается и ритм – упорядоченность схожих элементов. Из-за размытия границ и увеличения заполненного пространства некоторые из элементов, имеющих общий характер, сливаются, что создает новый ритмический рисунок. В зависимости от условий астигматического размытия смещается вертикальная, горизонтальная или косая ось восприятия. Благодаря появлению новых силовых линий, траекторий вектора внимания, возникают акценты, которые дизайнер не учитывал и не закладывал в проект.

В перспективе, подкрепив эти сведения проведением исследования на фокус-группе, можно сформировать руководство для графических дизайнеров по тому, как люди с аномалиями рефракции воспринимают визуальную информацию, что необходимо учитывать при создании дизайн проектов, чтобы композиционные решения считывались в соответствии с задумкой автора. Для этого необходимо более детально рассмотреть влияние разных заболеваний из группы аномалий рефракции (*близорукость, дальнозоркость и астигматизм*) на восприятие и добавить в выборку исследования цветового восприятия при дальтонизме. Таким образом, руководство получится достаточно точным и эффективным для использования в работе графическим дизайнером. /

## ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПЛАКАТ: ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ / PETERSBURG POSTER: FROM HISTORY TO MODERN TRENDS

В. В. Макарова / V. V. Makarova

Рассмотрены основные этапы развития плакатного искусства в нашей стране. На примере петербургского плаката проанализированы современные тенденции его развития, такие как уход от традиционной формы и содержания. Наравне с традиционными рекламными, политическими и социальными интенциями плакаты приобретают замысел самовыражения, что подразумевает смещение акцента с внушаемого функционала на возможность высказаться по поводу того или иного события.

*The main stages in the development of poster art in our country are considered. Using the example of the St. Petersburg poster, modern trends in its development are analyzed, such as the departure from traditional form and content, when, along with traditional advertising, political and social posters, posters become a way of self expression, which implies a shift in emphasis from suggested functionality to the opportunity to speak out about a particular event.*

### Ключевые слова / Keywords:

плакат, советский плакат, шрифтовой плакат, петербургский плакат, графический дизайн / poster, Soviet poster, typeface poster, St. Petersburg poster, graphic design.

### Сведения об авторе / About the author:

Макарова Виктория  
Владимировна

Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия  
им. А. Л. Штиглица, курс  
переподготовки ИСКГ-21, кафедра  
станковой и книжной графики.  
[makarova-vika@list.ru](mailto:makarova-vika@list.ru)

*Makarova Victoria V.*

*Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
retraining course ISKG-21, Easel  
and Book Graphics Department.*

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Голикова Ирина Сергеевна

Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия имени  
А. Л. Штиглица, кандидат искус-  
ствоведения, доцент, заведующая  
кафедрой станковой и книжной  
графики.  
[kksq@ghpa.ru](mailto:kksq@ghpa.ru)

*Golikova Irina S.*

*Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
Ph.D. of Art Criticism, Associate  
Professor, Head of Easel and Book  
Graphics Department.*

В России развитие плаката начинается в последней четверти XIX века. В 1897 году в Петербурге прошла Международная выставка афиш, на которой были выставлены плакаты Ж. Шере, А. Мухи, П. Тулуз-Лотрека и др. Россия тогда занимала скромное место в плакатном искусстве, но выставка стала точкой отсчета в новом жанре прикладной графики.

В 1912 году в Петербурге открылась выставка «Искусство в книге и плакате». Представленные на ней плакаты были выполнены в модном на тот момент стиле ар-нуво. Работы отличались натурализмом и тонкими цветовыми отношениями (дама с машинкой «Зингер», чаепитие со сладостями «Абрикосов и Ко»). Имела место и историческая стилизация (афиша выставки художников в музее барона Штиглица). Среди создателей были художники Л. Бакст, И. Билибин, М. Врубель и др. Их талант позволил значительно повысить художественный уровень плаката, сделав его произведением искусства.

Первая мировая война дала толчок развитию политического плаката; приход власти Советов – агитационному, который становится символом эпохи; период оттепели «вдохнул» в плакаты 1950–60-х годов яркие краски надежды; в 70-е годы XX века из-за пропасти между идеалами и реальностью искусство плаката претерпевает стагнацию; период перестройки, напротив, – время расцвета политического и рекламного плаката. В последние двадцать лет плакаты вышли за рамки традиционной формы: сегодня они зачастую транслируются посредством цифровой передачи изображения (веб-баннеры, анимированные плакаты на видео-мониторах и т. п.). Многие плакаты снабжены QR-кодом, что позволяет им выйти на другой уровень информативности.

Содержание также изменилось. Анализируя выставки «Санкт-Петербург – 2023» и «Наше все – 2024» в Санкт-Петербурге, можно выделить шрифтовой плакат и плакат-высказывание. Шрифтовой плакат как средство самовыражения сознательно уходит от смысловой нагрузки, акцентируя внимание на красоте и ритме шрифтов и цвета – такую «музыку» графики часто используют в оформлении интерьера. Плакат-высказывание не агитирует, а выражает мнение: например, плакат В. Коваленко «Наше все, все наше» – о нарушении границ, или «Опять двойка» в контексте образовательной реформы, или умиравший «Голубь мира» С. Вепрева. Если рассмотреть все плакаты, то можно увидеть, что традиционные принципы плаката: броскость, лаконичность и быстрая считываемость идеи – коррелируют с плакатными традициями других стран, в частности Польши, метафоричностью и подчеркнuto небрежным дизайном. Можно проследить взаимосвязь между политическими событиями, осознанностью граждан и содержанием плаката. Тенденции современного плаката объединяют компьютерные технологии с художественным опытом плакатного искусства прошлых поколений, выходят за рамки традиционной формы и используют все возможные способы высказывания, демонстрируя важность личной позиции. Уже не государство обращается к обществу, как это было ранее, а общество высказывает свое мнение о тех или иных событиях посредством плакатов. /

## **ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ДЕМЕНЦИЕЙ: ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ / GRAPHICAL DESIGN FOR PEOPLE WITH DEMENTIA: FEATURES OF GRAPHICAL PERCEPTION**

У.О. Ткачук / U. O. Tkachuk

Растущая распространенность деменции подчеркивает необходимость эффективных дизайнерских решений, направленных на улучшение повседневной жизни людей, страдающих этим заболеванием. В статье рассматриваются вопросы, связанные с информационным и визуальным шумом, а также роль дизайнеров в смягчении этих проблем. Рассматриваются сложности разработки адаптированных продуктов и приводятся примеры существующих дизайнерских решений в этой области, исследуются навигационные системы, адаптированные для домашних условий и хосписов, направленные на улучшение качества жизни пациентов.

*The increasing prevalence of dementia underscores the urgent need for effective design solutions aimed at enhancing the daily lives of affected individuals. This article discusses issues related to information and visual noise and the role of designers in mitigating these challenges. The complexities of developing products for people with this disease are discussed and examples of existing design solutions in this area are given, navigation systems adapted for home and hospice settings aimed at improving the quality of life of patients are explored.*

### **Ключевые слова / Keywords:**

деменция, болезнь Альцгеймера, навигационная система, дизайн для деменции, графический дизайн, визуальное восприятие, адаптивный интерфейс / *Dementia, Alzheimer's disease, navigation system, design for dementia, graphic design, visual perception, adaptive interface.*

Рост числа людей, страдающих деменцией, требует разработки эффективных дизайнерских решений для улучшения их повседневной жизни. К 2023 году количество больных деменцией достигло 55 млн с прогнозом увеличения до 152 млн к 2050 году. Анализ проблем, связанных с информационным и визуальным шумом, показывает, что данные факторы значительно ухудшают качество жизни больных. Дизайнеры могут внести существенный вклад, разрабатывая интерфейсы и пространства, учитывающие специфические потребности данной группы людей.

Избыток информации и визуального шума вызывает когнитивную перегрузку и сложности ориентирования в пространстве, ухудшая качество жизни больных деменцией. Социальная изоляция и недостаток поддержки обусловлены когнитивными ограничениями и отсутствием инклюзивных коммуникационных средств. Люди с деменцией также часто сталкиваются с трудностями в понимании медицинских инструкций и использованием современных технологий.

Графический дизайн предлагает решение через минимализм и ясность в интерфейсах и помещениях, использование пиктограмм и визуальных пособий для улучшения социальной интеграции, создание упрощенных информационных буклетов для здравоохранения, разработку интуитивных пользовательских интерфейсов для технологий. Четкие маркировки и безопасное проектирование пространств могут снизить риски, связанные с блужданием и неправильным использованием лекарств.

Примеры адаптированных дизайнерских решений включают веб-сайты с упрощенной навигацией и интерьеры с использованием контрастных цветов и минимальным количеством отвлекающих элементов. Основные принципы дизайн-проектирования для людей с деменцией включают ясность, доступность, лаконизм, функциональность, предпочтение простых форм и крупных шрифтов, использование контрастных цветовых схем и интуитивно понятных графических элементов.

Таким образом, развитие адаптивных дизайн-решений для людей с деменцией является перспективным направлением, способным значительно повысить качество жизни. Продолжение исследований и внедрение готовых решений важно для снижения эмоционального и физического напряжения больных деменцией и их окружения. /

### **Сведения об авторе / About the author:**

Ткачук Ульяна Олеговна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штигица, студент 2-го курса магистратуры, кафедра графического дизайна.

[ulyanatki@mail.ru](mailto:ulyanatki@mail.ru)

*Tkachuk Ulyana O.*

*Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, 2nd year Master Student of Graphic Design Department.*

### **Сведения о научном руководителе / About the supervisor:**

Рябинина-Задерновская

Варвара Евгеньевна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штигица, доцент кафедры графического дизайна.

[zadernovskaya@gmail.com](mailto:zadernovskaya@gmail.com)

*Ryabinina-Zadernovskaya*

*Varvara E.*

*Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Associate Professor of Graphic Design Department.*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛАТИНИЦЫ И КИРИЛЛИЦЫ В РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ ПЕТЕРБУРГА / USE OF LATIN AND CYRILLIC CHARACTERS IN ADVERTISING MEDIA OF ST. PETERSBURG

К. Ю. Шишкалова / K. Yu. Shishkalova

Исследование посвящено проблеме выбора кириллической или латинской раскладки для названий торговых знаков и их дальнейшего использования в городской среде. Использование утвержденных товарных знаков со смешением языков, а также с отсутствием пояснения на русском языке приводит к серьезному дисбалансу визуального единства городской среды. Помимо проблемы визуальной гармонии, возникает также проблема социального характера: поскольку не все жители города способны понимать надписи на латинице, ориентация в городской среде затрудняется.

*The study is devoted to the problem of choosing Cyrillic or Latin layouts for trademark names and their further use in an urban environment. The use of approved trademarks with a mixture of languages, as well as the lack of explanation in Russian, leads to a serious imbalance in the visual unity of the urban environment. In addition to the problem of visual harmony, there is also a social problem: since not all residents of the city are able to understand Latin inscriptions, orientation in the urban environment is difficult.*

### Ключевые слова / Keywords:

кириллица, латиница, графический дизайн, эстетический регламент, товарный знак, дизайн-код / Cyrillic alphabet, Latin alphabet, graphic design, aesthetic regulations, trademark, design code.

Подход совмещения двух начертаний (кириллицы и латиницы) или же использование шрифтовой гарнитуры, не знакомой местным жителям, имеет как преимущества, так и недостатки. Вывески должны не только выполнять эстетическую функцию, но и улучшать навигацию в городе, быть понятными большинству людей. Многие предприниматели игнорируют рекомендации исполнительных органов власти, отвечающих за формирование облика города (в частности Комитета по градостроительству и архитектуре Правительства Санкт-Петербурга; далее – Комитет), и отправляют на согласование товарные знаки, на которых используется только латиница. Так как к зарегистрированным товарным знакам предъявляются требования другого характера, нежели чем к обычным текстовым вывескам на фасадах зданий, возникают проблемы с последующим принятием решения по размещению информационных конструкций.

Понимание того, как человек взаимодействует с вывеской, помогает избежать ситуаций, когда реклама остается бесполезной, трудной для чтения. Исследование этой темы позволит найти оптимальный баланс между привлекательным использованием латиницы и необходимым для местных жителей использованием кириллицы, что не только улучшит визуальный облик города, но и сделает удобным ориентацию в пространстве.

В ходе исследования был произведен анализ существующих конструкций, отправленных на согласование в Комитет, и предыдущих архивных заявок по Московскому, Калининскому, Фрунзенскому и Кировскому району. В результате была выявлена необходимость понижения значимости товарного знака или же увеличение полномочий Комитета, так как не все эстетические взгляды предпринимателей совпали с общепринятыми нормами эстетики, а также этическими нормами.

Стоит отметить, что поправки о русском языке помогают создать понятный и эстетически приятный облик города, но недостаточно широкая освещенность этого закона вызывает сопротивление и непонимание со стороны предпринимателей.

Исследование подчеркивает необходимость создания единой системы использования гарнитур в рекламных вывесках, чтобы дизайн был удобным и легким для восприятия. /

### Сведения об авторе / About the author:

Шишкалова Карина Юрьевна

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица, студент 5-го курса специалитета, кафедра графического дизайна.  
[kish\\_dva\\_portfelia@bk.ru](mailto:kish_dva_portfelia@bk.ru)

Shishkalova Karina Yu.

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, 5th year Specialist Degree Student of Graphic Design Department.

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Карлов Дмитрий Анатольевич

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица, доцент кафедры графического дизайна.  
[moi\\_pictures@list.ru](mailto:moi_pictures@list.ru)

Karlov Dmitry A.

Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A. L. Stieglitz, Associate Professor of Graphic Design Department.

## ТВОРЧЕСКОЕ И РЕМЕСЛЕННОЕ НАЧАЛО В ГОРОДСКОМ ПЛАКАТЕ / CREATIVITY AND CRAFT IN THE URBAN POSTER

Д. А. Шорикова / D. A. Shorikova

Плакат – это жанр графического дизайна, который существует в городской среде, постоянно взаимодействуя со зрителем. В настоящее время визуальная среда многих городов России сформирована большим количеством плакатов, в которых отсутствует творческое начало, в то время как креативные образцы выставляются в галереях. Из-за этого облик современных городов оказывается сформирован малоинтересными графическими решениями, зачастую не выполняющими даже своих функциональных задач. Исследование предлагает одно из решений данной проблемы.

*A poster is a genre of graphic design that exists in an urban environment, constantly interacting with the viewer. Currently, the visual environment of many Russian cities is formed by a large number of posters that lack creativity, while creative samples are exhibited in galleries. Because of this, the appearance of modern cities turns out to be formed by uninteresting graphic solutions, often not even fulfilling their functional tasks. The study offers one solution to this problem.*

### Ключевые слова / Keywords:

плакат, графический дизайн, город, художественный образ, эмоциональное воздействие / poster, graphic design, city, artistic image, emotional impact.

Плакат – это самый выразительный жанр графического дизайна, оказывающий непосредственное влияние на жизнь города. Городской плакат должен постоянно работать со зрителем, то есть не только выполнять свою утилитарную функцию, донося информацию до зрителя, но и привлекать его посредством эмоционального воздействия художественного образа.

История показывает, что благодаря изобретению литографии – печатной техники, которая позволила увеличить размер и тиражность печатной продукции, – облик европейских городов существенно изменился уже к середине XIX века. К концу столетия, в эпоху модерна, изменилось уже и представление о сущности плакатной формы: лист с информацией превратился в полноценное произведение искусства, которое знакомит обычного человека с творчеством художников.

Как же обстоит дело в настоящее время? Сегодня (в основном в нашей стране) наблюдаются две противоположные тенденции: с одной стороны, появляются плакаты, которые выполняются профессиональными художниками непосредственно для выставок и конкурсов и сразу попадают в экспозиционное пространство; с другой стороны, постоянно производится массовый рекламный продукт: плакаты, не представляющие интереса с художественной точки зрения, зачастую непрофессиональные в своем исполнении. Первая категория не понятна человеку, не приобщенному к современному искусству, а вторая – никак не воздействует эмоционально и делает художественный облик города скучным.

Чтобы решить эту проблему, необходимо объединить две крайности: элитарное и массовое уличное искусство. Таким образом, плакаты, созданные профессиональными художниками, станут более доступными, что позволит широкому кругу людей приобщиться к современному искусству. Также это сделает облик наших городов интереснее. За основу данного подхода можно взять историю развития польской школы плаката.

Подобные тенденции уже прослеживаются в современных центрах, однако видится необходимым развивать плакатный дизайн и в остальных городах России. Для этого предлагается устраивать серии мастер-классов по созданию плакатов, например, с использованием подручных материалов. Такие мероприятия могут быть интересны и школьникам, и студентам, и профессиональным дизайнерам, желающим повысить свой уровень. Выставки, семинары, встречи с известными плакатистами могут привлечь внимание к проблеме городского плаката и существенно повысить уровень городского дизайна.

### Сведения об авторе / About the author:

Шорикова Дарья Андреевна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия  
им. А. Л. Штиглица, студент  
3-го курса бакалавриата, кафедра  
графического дизайна.  
[shorikova.d11@gmail.com](mailto:shorikova.d11@gmail.com)

Shorikova Daria A.  
Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
3rd year Bachelor Student of Graphic  
Design Department.

### Сведения о научном руководителе / About the supervisor:

Рябинина-Задерновская  
Варвара Евгеньевна  
Санкт-Петербургская  
государственная художественно-  
промышленная академия  
им. А. Л. Штиглица, доцент кафедры  
графического дизайна.  
[zadernovskaya@gmail.com](mailto:zadernovskaya@gmail.com)

Ryabinina-Zadernovskaya  
Varvara E.  
Saint Petersburg State Academy of Art  
and Design named after A. L. Stieglitz,  
Associate Professor of Graphic Design  
Department.



ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ

**«ГРАФИЧЕСКИЕ  
КОНСТРУКЦИИ  
В ДИЗАЙНЕ»**

Научное издание

Тезисы научно-практической конференции  
11–12 октября 2024 г.

Редакторы В. Е. Рябина-Заdernовская, О. Ю. Нестерова  
Корректор Е. В. Курило  
Дизайнер Д. А. Карлов  
Технический редактор Д. А. Карлов

Подписано к печати 24.09.2024 г. Формат 60x84/16  
Усл. печ. л. 14,18. Печать офсетная. Бумага офсетная  
Отпечатано в типографии «Дитон».  
194044, Санкт-Петербург, Большой Сампсониевский пр., д. 60.  
Заказ № Тираж 100 экз.



