



**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Кафедра Подготовки педагогов профессионального обучения и предметных методик

**Разработка графического сопровождения к выставке «Японская  
живопись»**

Выпускная квалификационная работа  
по направлению: 54.03.01 Дизайн  
Направленность (профиль): Графический дизайн  
Форма обучения заочная

Проверка на объем заимствований:

85,07% авторского текста

Работа рекомендована к защите

«15» марта 2021 г.

Зав. кафедрой ИШПО и ПМ

 Корнеева Н.Ю.

Выполнил(а):

Студент(ка) группы ЗФ-409-203-3-1Ор

Баранова Екатерина Сергеевна

Научный руководитель:

Шабалина Наталья Михайловна, доктор  
искусствоведения, профессор

Челябинск  
2021

## АННОТАЦИЯ

ФИО студента: Баранова Екатерина Сергеевна

Группа: ЗФ-409-203-3-1

Выпускная квалификационная работа:

Разработка графического сопровождения к выставке «Японская живопись».

«ЮУрГГПУ» ППИ., 2021, 72 с.

Библиографический список:  
наименований

Приложений: , рис.

Графич. листов (планшет): 1 (из 7 элементов)

Цель выпускной квалификационной работы – дизайнерская разработка единого стиля основных элементов графического сопровождения к выставке.

Данная цель достигается посредством поставленных задач: Изучение теоретические аспекты развития выставочного сопровождения; обобщить и синтезировать теоретические аспекты развития графического сопровождения к выставочным проектам; определить содержание и основные дизайнерские структурные элементы выставочного сопровождения; провести анализ носителей входящих в понятие экспозиционного дизайна; проанализировать экспозиционный материал и разработать общую концепцию дизайна выставки

Объект проектирования - выставка «Шедевры японской живописи и гравюры эпохи Эдо».

Предметом проектного исследования – процесс разработки графического стиля и общей дизайн - концепции рекламного сопровождения к выставке.

Выпускная квалификационная работа состоит из графического проекта, выполненного в программе Adobe Photoshop (в печатном виде формат А-2) и Пояснительной записки к проекту (теоретическая часть), состоящей из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений; электронной презентации.

Проект имеет **практическую значимость**, несмотря на значительное количество публикаций, посвященных данной теме, вопросы дизайнерской разработки графического сопровождения к выставкам остаются актуальными и проектная деятельность дизайнера остается востребованной в сфере музейной и выставочной деятельности.

## Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. Теоретические аспекты графического дизайна по выставочному сопровождению.....	8
1.1 «Графическое сопровождение»: понятие, содержание, структура....	8
1.2 Основные этапы развития и специфика экспозиционного дизайна	16
1.3 Основные элементы графического сопровождения выставки	
Шедевры японской живописи и гравюры периода «Эдо».....	28
ГЛАВА II Дизайнерская разработка графического сопровождения к специализированной выставке "Шедевры японской живописи и гравюры эпохи Эдо".....	35
2.1 Концепция графического сопровождения к выставке, реклама .....	35
2.2 Технические и программные средства при проектировании графического сопровождения.....	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	43
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	46

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Графический дизайн - художественно-проектная деятельность, направленная на гармонизацию и эффективность визуально-коммуникативной среды. основополагающими средствами графического дизайна являются шрифты, знаки и символы, типовые либо авторские. Сегодня графический дизайн применяется в рекламе, издательской деятельности, кино и телевидении, компьютерной и электронной технике и многих других областях массовой информации. Неспроста его порой весьма точно называют коммуникационным дизайном. Средствами графического дизайна конструируются визуальные сообщения разной сложности и назначения - от краткой рекламной листовки до объемного печатного издания, от маленького указателя до большого информационного табло. Для этого применяются классические средства печати, компьютерная техника и другие современные электронные средства отображения информации. Подготовка информационных сообщений способами графического дизайна производится с помощью графических образов. На их основе вырабатываются представления о каком-либо объекте, явлении или процессе реального мира. Графические образы, сочетающиеся в целостном единстве, должны подсказать зрителю те умозаключения, которые явились целью информационного сообщения.

Выставочный дизайн – это набор структурных и эстетических характеристик, использующихся в цельной пространственно-предметной экспозиционной среде. Он может включать в себя как пространственно-архитектурную конструкцию выставочных материалов, так и конструктивное построение, а так же формирование образа и световое решение. Вышеупомянутый дизайн является выразительно-образной экспозиционной частью, оснащая ее коммуникабельностью, а так же повышенным уровнем функционально-утилитарных характеристик в смысле презентации и целостности экспонатов. Выставочный дизайн имеет отношение к рекламному дизайну, даже невзирая на приемы средовой архитектуры. Выставочный дизайн - это

сочетание искусства визуального общения, функциональности и технологичности, любой выставочный стенд - это пространственная конструкция, имеющая определенные прочностные характеристики и, соответственно, требующая хотя бы минимальной инженерной проработки.

Выставка – это общественная демонстрация достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Определение может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия. Отличают выставки: местные, национальные, международные и всемирные, а также всеобщие, охватывающие все отрасли человеческой деятельности (например, Выставка достижений народного хозяйства СССР ВДНХ), и специализированные, посвящённые только одной сфере деятельности человека. К последним относят художественные, исторические, промышленные и сельскохозяйственные. Также отличают экспозиции периодические (временные) и постоянные выставки.

Существует международное бюро выставок (BIE - Bureau International des Expositions) со штаб-квартирой в Париже (Франция). МБВ является международной межправительственной организацией, которая реализует контроль сроков, процессов подачи и отбора заявок и отвечает за организацию всемирных и международных выставок. Деятельность МБВ нацелена на реализацию контроля и регулирование соблюдения положений Конвенции. Так, к 2007 году Конвенцию подписали уже 100 стран, и именно их представители собираются в Париже на сессии МБВ и решают вопрос о месте размещения, характере и лозунге очередной экспозиции. Членами МБВ официально являются государства стран-участниц, подписавших Конвенцию. СССР полностью присоединился к Конвенции в 1959 году.

Выставка (по определению "МБВ") - это показ, каково бы ни было его наименование, путём демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности.

В данном проекте будет исследована выставка, прошедшая в Государственном музее изобразительных искусств имени А.С. Пушкина г. Москва: «Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо», 2018 года. Данная выставка проходила в два этапа: первую часть работ посетители смогли увидеть в период с 4 по 30 сентября, а вторую – с 3 по 28 октября.

Тема восточного искусства вызывает интерес у многих людей, даже тех, кто раньше не интересовался, знают или представляют культуру Азии, благодаря различным источникам информации. Образ Востока постоянно притягивает к себе. Япония не является исключением, хоть большинство и представляет себе культуру страны, ориентируясь на стереотипы. Минимальные знания о культуре мы получаем из общеобразовательной школьной программы при изучении литературы, музыки и изобразительного и мирового искусства.

Японская живопись является древнейшим видом искусства и благодаря проведенной выставке зрители ознакомились со всей палитрой искусства XVII-XIX веков. На выставке будет представлено 135 работ известнейших мастеров японской живописи и гравюры различных традиционных школ. Многие из них стали уже значимыми в истории искусства Японии и весьма редко покидают пределы страны. Российская публика впервые увидит весьма масштабную экспозицию, представляющую всю палитру художественных течений одного из самых интереснейших этапов в истории искусства Японии. Выставка организована при поддержке ПАО НК «Роснефть». Многие из работ стали знакомы в истории искусства Японии и весьма редко покидают пределы страны. Два произведения обладают статусом «национальное сокровище», девять – «Особо ценный объект культуры» и шесть имеют статус «Особо ценный объект искусства». Необходимость ротации произведений объясняется хрупкостью работ: живопись на бумаге и шелке – деликатный материал, требующий строгих условий транспортировки, хранения и экспонирования. Согласно принятым в Японии

нормативам, произведения такого рода не могут быть представлены в экспозиционных залах более четырех недель.

**Объект проектирования** - выставка «Шедевры японской живописи и гравюры эпохи Эдо».

**Предметом проектного исследования** – процесс разработки графического стиля и общей дизайн - концепции рекламного сопровождения к выставке.

**Цель** выпускной квалификационной работы – дизайнерская разработка единого стиля основных элементов графического сопровождения к выставке.

Для выполнения поставленной цели поставлены следующие задачи:

Изучение теоретические аспекты развития выставочного сопровождения;

обобщить и синтезировать теоретические аспекты развития графического сопровождения к выставочным проектам;

Определить содержание и основные дизайнерские структурные элементы выставочного сопровождения;

Провести анализ носителей входящих в понятие экспозиционного дизайна;

Проанализировать экспозиционный материал и разработать общую концепцию дизайна выставки

Выпускная квалификационная работа состоит из графического проекта, выполненного в программе Adobe Photoshop (в печатном виде формат А-2) и Пояснительной записки к проекту (теоретическая часть), состоящей из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений; электронной презентации.

Проект имеет практическую значимость, несмотря на значительное количество публикаций, посвященных данной теме, вопросы дизайнерской разработки графического сопровождения к выставкам остаются актуальными и проектная деятельность дизайнера остается востребованной в сфере музейной и выставочной деятельности.

# **ГЛАВА I. Теоретические аспекты графического дизайна по выставочному сопровождению**

## **1.1 «Графическое сопровождение»: понятие, содержание, структура.**

Графический дизайн - художественно-проектная деятельность, направленная на гармонизацию и эффективность визуально-коммуникативной среды. Основополагающими средствами графического дизайна являются шрифты, знаки и символы, типовые либо авторские. Сегодня графический дизайн применяется в рекламе, издательской деятельности, кино и телевидении, компьютерной и электронной технике и многих других областях массовой информации. Неспроста его порой весьма точно называют коммуникационным дизайном. Средствами графического дизайна конструируются визуальные сообщения разной сложности и назначения - от краткой рекламной листовки до объемного печатного издания, от маленького указателя до большого информационного табло. Для этого применяются классические средства печати, компьютерная техника и другие современные электронные средства отображения информации. Подготовка информационных сообщений способами графического дизайна производится с помощью графических образов. На их основе вырабатываются представления о каком-либо объекте, явлении или процессе реального мира. Графические образы, сочетающиеся в целостном единстве, должны подсказать зрителю те умозаключения, которые явились целью информационного сообщения.

Выставочный дизайн – это набор структурных и эстетических характеристик, использующихся в цельной пространственно-предметной экспозиционной среде. Он может включать в себя как пространственно-архитектурную конструкцию выставочных материалов, так и конструктивное построение, а так же формирование образа и световое решение. Вышеупомянутый дизайн является выразительно-образной экспозиционной частью, оснащая ее коммуникабельностью, а так же повышенным уровнем функционально-утилитарных характеристик в смысле презентации и целости



экспонатов. Выставочный дизайн имеет отношение к рекламному дизайну, даже невзирая на приемы средовой архитектуры. Выставочный дизайн - это сочетание искусства визуального общения, функциональности и технологичности, любой выставочный стенд - это пространственная конструкция, имеющая определенные прочностные характеристики и, соответственно, требующая хотя бы минимальной инженерной проработки.

Выставка – это общественная демонстрация достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Определение может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия. Отличают выставки: местные, национальные, международные и всемирные, а также всеобщие, охватывающие все отрасли человеческой деятельности (например, Выставка достижений народного хозяйства СССР ВДНХ), и специализированные, посвящённые только одной сфере деятельности человека. К последним относят художественные, промышленные и сельскохозяйственные. Также отличают экспозиции периодические (временные) и постоянные.

Существует международное бюро выставок (BIE - Bureau International des Expositions) со штаб-квартирой в Париже (Франция). МБВ является международной межправительственной организацией, которая реализует контроль сроков, процессов подачи и отбора заявок и отвечает за организацию всемирных и международных выставок. Деятельность МБВ нацелена на реализацию контроля и регулирование соблюдения положений Конвенции. Так, к 2007 году Конвенцию подписали уже 100 стран, и именно их представители собираются в Париже на сессии МБВ и решают вопрос о месте размещения, характере и лозунге очередной экспозиции. Членами МБВ официально являются государства стран-участниц, подписавших Конвенцию. СССР полностью присоединился к Конвенции в 1959 году.

Выставка (по определению "МБВ") - это показ, каково бы ни было его наименование, путём демонстрации средств, имеющихся в распоряжении

человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности.

В графическое сопровождение выставки входит:

1. Графический знак и/или логотип
2. Афиша
3. Буклет
4. Брошюра
5. Листовка
6. Билеты
7. Конверты
8. Сувенирные носители

**АФИША.** Объявление, извещение о спектакле, концерте, лекции и т. п., написанное крупными буквами и расклеиваемое на видном месте. Афиша – это полиграфический материал, который дает возможность уведомить целевую публику о культурном или деловом мероприятии. Афиша может нести не только информационную, но и рекламную функцию. Также, с помощью афиш и плакатов можно известить об открытии новой спортивной секции или кружка танцев, подчеркнув превосходства и подчеркнув главные направления. Вывешивать афиши можно на специальных информационных щитах, в вестибюлях общеобразовательных учреждений, спорт-центров, салонов красоты, театров и кинотеатров. Где именно будет помещена афиша, обуславливается от ее концептуальной направленности.

Печать афиш реализуется на различном оборудовании, в зависимости от экземпляра. Экземпляры от 100 штук разумно изготавливать офсетным способом, а меньше 100 штук - цифровым.

Выставка считается незаконченной, если ее не сопровождает афиша. Кроме яркого художественного решения, к афише применяется еще ряд требований. На афише должна присутствовать следующая информация:

- а) Информация об учреждении, представляющем эту выставку, так называемая «шапка», так как помещается в основном вверху.

б) Название выставки. Надпись должна быть самой крупной и запоминающейся.

в) Посвящение, информация об основной тематике выставки.

г) Авторский коллектив, создавший эту выставку.

Особенности дизайна.

От того, насколько профессионально будет обдуман и выполнен дизайн афиши, будет влиять ее результативность. Специфика данного информационно-рекламного носителя состоит в краткосрочности влияния на публику. Вот почему макет афиши нужно проектировать с тем учетом, чтобы он цеплял взгляд, побуждая человека остановиться и прочитать более детально о предстоящем мероприятии.

Правила формирования хорошей афиши:

- Плакат или афиша должны быть лаконичны. Это относится как графической составляющей, так и текстового содержания;
- При проработке афиши важно уделять внимание формированию правильного визуального образа. Он должен отражать суть планируемого события и в тоже время быть понятным для аудитории;
- Необходимо уделить внимание общей композиции, которая должна гармонично объединять в себе текст, фотографии и рисованные изображения;
- Большое значение имеют цвета – они должны быть яркими и привлекающими внимание. В то же время нужно соблюдать меру с их количеством, иначе афиша получится чересчур пестрой;
- Стандартный размер афиши – А2. Именно такой формат позволяет разместить достаточно крупное изображение, которое можно увидеть даже издали – например, из окна проезжающего мимо автобуса.

**Буклёт** (англ. booklet — «книжечка») — издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым вариантом в два или более

сгибов. Традиционно буклеты изготавливаются на бумаге из листа формата А4 или меньше (рекламные издания, печатаемые форматом А4 и больше, зовутся проспектами).

Следует различать буклет от листовки и брошюры, поэтому как листовкой считается печатная продукция с одним сгибом, либо вовсе без них. Под брошюрой же понимается непериодическое текстовое книжное издание (также, по нормативам [СССР] объемом свыше 4, но не более 48 страниц), заключающееся из двух базовых компонентов: блока и бумажной обложки, и скрепленных между собой при помощи шитья, скрепкой, ниткой или верёвкой и так далее.

**Брошюра** (фр. brochure, от brocher — «сшивать») — печатное произведение небольшого объёма (в международной практике не менее 5 и не более 48 страниц); одно из средств массовой печатной пропаганды. Выпускаются на общественно-политические, социально-экономические, сельскохозяйственные и иные темы. Первые брошюры возникли в эпоху Реформации; особенно большое значение брошюры обрели в период Великой французской революции.

**Листовка** — вид агитационно-политической или информационной литературы, лист бумаги с текстом и иногда с иллюстрациями. Листовки используются в революционной деятельности, политических кампаниях, во время военных действий. Листовка должна быть общедоступной для понимания. Сосредоточьтесь на главной концепции. Ясно сформулируйте ее и дополните несколькими подтверждающими доводами и фактами. Напишите краткий текст, на прочтение которого человеку не понадобится больше минуты.

Текст листовки должен быть однозначным, без противоречивых утверждений. Стоит избегать намеков, недосказанности, многоточий. Листовочное обращение не должно вызывать у человека недоумение. Не стоит использовать специфические термины и жаргонизмы. Приводя аргументы, не нужно перегружать текст фактами. Если необходимо привести

численные данные, следует представлять их в виде графиков и диаграмм. На листовке фотографию хорошего качества, иллюстрирующую текст. Оформление каждой листовки должно привлекать внимание потенциальных читателей. Самую важную мысль (фразу) текста выделяют особым образом: крупный или необычный шрифт, яркий цвет, заметное расположение на листе. Использование цветной бумаги или полноцветной печати. Информационный листок должен быть аккуратным. Необходимо использовать качественную бумагу формата А4. Заполняя текстом обе стороны листа, стоит выбрать бумагу высокой плотности: шрифт не должен просвечивать с обратной стороны.

Распространить листовку можно несколькими вариантами: наклеить на доски объявлений, раздать прохожим на улице, разложить в почтовые ящики, оставить на скамейках в аллее или на прилавках супермаркета.

**Дизайн билетов** — это не просто дизайн маленькой открытки, который предполагает быть эффектным и запоминающимся по выполнению. Дизайн билета необходим быть крайне функционален и совместить в себе подачу большого количества информации согласно строго регламентированным техническим требованиям. билет становится значимой составляющей фирменного стиля, особенно в случае передвижных площадок театров и музеев, или если этот билет является пригласительным.

Для пригласительного билета структура подачи содержания приглашения зависит от выработанной концепции и цели его создания, уровня и характера проводимого мероприятия, индивидуальных характеристик адресата (возраст, пол, социокультурное положение и др.) и может быть официальной, дружеской, юмористической и т.д. Подбор формы подачи пригласительного билета в свою очередь определяет содержание текстового материала и характер применяемых изображений. Впрочем структура элементов пригласительного билета, в каком бы виде они не представлялись, на практике в каждом случае приблизительно идентична и включает в себя:

- фон;
- эмблема учреждения культуры (логотип);
- изображение-символ организуемого мероприятия с сопроводительным кратким текстом или без него;
- слово «приглашение» или «пригласительный билет»

**Конвэ́рт** (нем. Kuvert, фр. couvert, couvrir — покрывать) — оболочка для вкладывания, хранения и отправки бумаг или плоских предметов. Существует множество разновидностей конвертов: официальные, для рассылки буклетов, билетов, каталогов, полисов, уведомлений, денег или финансовых переводов, конверты-футляры и т.п. При этом любой вид конверта имеет свой размер, назначение, технические требования. В России требования к конвертам регулируются ГОСТом Р 51506–99, в котором, в свою очередь, учтены требования международных нормативов ISO 6924–83 (в части терминологии), ISO 269–85 (в части размеров), ISO 415–75, ISO 4882–79 и ISO 11180–93 (в части размещения, размеров зон адресной и служебной информации), ISO 1831–80 (в части свойства печати и оптических свойств бумаги). В соответствии с вышеназванным ГОСТом приняты к применению конверты следующих форматов (по классификации ISO 269–85): С6, DL, С5, С4 и В4. Их размеры представлены в таблице.

Конверты С6, DL и С5 могут изготавливаться с окнами на месте зоны адреса получателя, и в этом случае имеют специальные обозначения: С6/О;DL/О; С5/О.

В зависимости от места расположения закрывающего клапана конверты подразделяют на два типа:

**Б** — конверты с боковым расположением клапана, у которых сгиб клапана совпадает с боковым (коротким) левым (относительно лицевой стороны) краем;

**В** — конверты с верхним расположением клапана, у которых сгиб клапана совпадает с верхним (длинным) краем.

В зависимости от способа указания месторасположения адресной информации, конверты подразделяют на два вида:

- конверты, на которых присутствуют направляющие линии для написания адресной информации;
- конверты, на которых имеются угловые элементы,
- ограничивающие адресные зоны.

Сувенир (от французского слова - *souvenir* - подарок на память) - знаменательный предмет, связанный с пребыванием в том или ином месте (стране, городе, историческом месте, на выставке) или с каким-либо знаменательным событием. В большинстве случаев это изделия декоративно-прикладного искусства и художественной промышленности.

Есть некоторые виды сувенирных изделий, которые можно подарить после мероприятия:

Канцелярские принадлежности: ручки (шариковые, перьевые, механические карандаши, маркеры...), визитницы, ежедневники, блокноты, календари и т. д.

- Одежда: футболки, майки, кепки, спецодежда.
- Брелоки: в виде фонарика, открывалки и т.д.
- Офисные принадлежности: подставки, папки, таблички, коврики для мыши и т.д.
- Интерьерные: настенные часы, термометр, ваза и т.д.

Благодаря графическому сопровождению о выставке узнают люди, через афиши, которым интересна данная тематика. Билеты к выставке, как мини афиша, на них размещается вся нужная информация, от тематики, до местонахождения и даты выставки. Когда о мероприятии узнаёт большое количество людей, выставку обязательно будет ждать успех.

## 1.2 Основные этапы развития и специфика экспозиционного дизайна

Экспозиционный дизайн – один из самых ярких жанров архитектурного дизайна. Выставочный дизайн – это синтез функциональных и эстетических характеристик пространственно-предметной выставочной среды. Он включает в себя пространственно-архитектурную компоновку выставочных материалов, конструктивное построение и оборудование, колористическое и световое решение, формирование образа и т.д. Основы композиции экспозиционного пространства является одним из разделов курса архитектурного проектирования.

Экспозиционный дизайн является выразительно-образной, экспозиционной частью выставки. Выставка – одна из самых эффективных форм представления и продвижения новых достижений и идей в деятельности человека. Выставка, как культурное явление является значимым социальным событием и охватывает самые различные слои общества. Она представляет, из себя инструмент культурного и нравственного воспитания, формирует эстетические и художественные представления о различных объектах искусства, а так же является своеобразным методом коммуникации между авторами и обществом. Применение экспозиционного дизайна в качестве средства по оборудованию продажного места или выставки имеет корни с того самого времени, когда появилась первая торговая палатка. После этого выставочный дизайн приобретал различные формы и выражения. В средневековье в качестве мест для продажи использовали целые особняки, которые выполняли функцию сегодняшних торговых центров, а также переносные рыночные стенды, которые применялись в основном для уличной торговли. Такие уличные места для торговли легко собирались и увозились на ночь или в случае непогоды. В этом они весьма похожи на современные выставочные стенды.

Рождение экспозиционных методов произошло в древние времена и связано с оформлением ритуальных обрядов. Любая попытка влияния на коллективное сознание для усиления результата требовала неких визуальных



атрибутов, и нужно сказать, что наши предки в этом весьма преуспели. Пережитки этого встречаются в этнокультурах большинства народов мира. Достаточно вспомнить ритуалы северных народов с весьма мощной сценографической, декорационной атрибутикой, обряды юго-восточной Азии, в частности знаменитый японский ритуал, посвященный памяти ушедших, с мириадами масляных фонариков, плывущих по реке. Говорят, у очевидцев впечатления остаются на всю жизнь. Ресурс магнетического влияния на сознание с помощью выставочных приемов удачно использовали и используют тоталитарные режимы, религиозные сообщества. В самом деле, достаточно вспомнить наше недавнее коммунистическое прошлое, где осознанные или подсознательные решения визуальной среды эффективно подавляли инакомыслие. Или, например, интерьер православного храма. Это же удивительно грамотно решенная выставочная задача, безусловно направленная на создание мощного сострадания участниками обряда.

Психологи давно разгадали причину. Человек мыслит образами. Таким его устроила природа. Потому любой сильный визуальный фактор создает в подсознании своеобразный эмоциональный фон, резонанс, который и определяет критерии усвоения и силу влияния систематической информации. Наверное, мы никогда не узнаем авторов оформления древних обрядов, вероятно всего, процесс отшлифовывался многими поколениями, но современные экспозиционеры с удовлетворением применяют аспект ритуала, его атрибуты и приемы. Дальнейший импульс развития экспозиционные приемы получили на торговых ярмарках. Очевидно, что продукт лучше продавался у тех, кто мог его соответствующим образом представить. На базаре торговцы стараются выделиться среди остальных с помощью нехитрых экспозиционных приемов. Этот, так сказать, интуитивный способ не всегда продуктивен: в свалке предметов трудно определиться.

Время текло, объемы товарообмена росли, и перед торговлей появились новые задачи - стимулирование спроса в отдельных сегментах рынка. То есть распространение товара через представление, экспонирование

его свойств стало предметом международной деятельности. В эпоху Возрождения ярмарки стали местом встречи ремесленников. На фоне традиционной торговли организовывались контакты профессиональных кругов, проводилась демонстрация искусства алхимиков и фокусников, разыгрывались сценки и кукольные спектакли. Так появились элементы шоу. Ярмарки создали определенный формат торговых контактов и положили начало становлению архитектурной среды, подчиненной специфическим условиям обмена. Приспособленные исключительно к потребностям покупателей и купцов, временные строения давали возможность рационально организовать места продажи товаров. Это и стало точкой отсчета изобретения многочисленных экспозиционных систем. В средние века проводились показы изделий, не связанные с продажей. Организатором выступила церковь, в целях самопозиционирования выдвигавшая культовые объекты и произведения искусства. В 1483 году в Вене было построено специальное здание для показов соборных драгоценностей. Называлось оно Хайльтумштуль. Зрители с улицы наблюдали за тем, как священники выставляли на украшенные коврами подоконники драгоценную утварь. Со второй половины XVII века во многих городах Европы организовывались монастырские ремесленные выставки уже некоммерческого характера. Начиная с 1667 года, академия Франции периодически проводила в Большой галерее Луврского дворца экспозиции картин и предметов искусства.

Становление товарного изготовления положило начало эре промышленных выставок, первая из которых произошла в Париже в 1798 году. Ее главной целью был именно показ, а не продажа. Серия национальных индустриальных выставок XIX века на Марсовом поле уже была организована как кампания по стимулированию технического прогресса и роста национального самосознания. Специальное жюри отбирало экспонаты с учетом их технологической оригинальности. В конце XIX века торговые выставки-ярмарки полностью разделяются по задачам на коммерческие и просветительские. Аналогично эволюционировали

экспозиционные приемы. Промышленная революция и потребность в реорганизации рынков сбыта, политическая и экономическая конкуренция на уровне европейских государств затребовала демонстрационной площадки уже всемирного масштаба. Первая всемирная экспозиция, названная современниками “великой”, состоялась в Лондоне, в Гайд-парке в 1851 году. 32 страны стали ее участниками. А девиз звучал очень пафосно: “Пусть все народы работают совместно над великим делом совершенствования человека”. Новая цель определила и новую архитектуру в облике знаменитого Хрустального дворца, в котором история искусств лицезрит начало современной архитектуры. Огромный павильон был собран из типовых деталей в рекордные сроки и стал прототипом всех дальнейших экспозиционных решений. В то время еще не было опыта подготовки сугубо зрелищных экспозиций, потому выставка получилась похожей на громадный роскошный магазин. Ее посетило более 6 миллионов человек, что было своеобразным рекордом века.

XX век продолжил триумфальную череду всемирных выставок. Париж, Лондон, Чикаго и их архитектурные комплексы отображали политическое, технологическое и культурное состояние планеты. К формированию адекватных зрелищных форм привлекались известнейшие национальные архитекторы. Новизна и аттрактивность выставочной идеи также делается своеобразным товаром. Перелом стилистических традиций и утверждение модернизма происходили не без участия нашей страны - СССР. Эта аббревиатура - или, как сказали бы сейчас, "логотип" - в первой половине XX века была центральным событием почти на каждой всемирной выставке. С одной стороны, было объяснимое любопытство к новому формату общественного устройства, с другой - приемы организации советских выставок действительно были революционными. И по форме, и по содержанию. В отличие от массово распространенного апатичного стиля “ар-деко” советские павильоны и разделы представляли собой яркие конструктивистские образы, которые, обладая мощным визуальным

потенциалом, совершили значительное воздействие на мировую культуру. До сих пор термин “авангард” определяет этот наш, национальный феномен, укрепившийся в практике именно на всемирных международных экспозициях.

К сожалению, это длилось недолго. Скатывание в тоталитаризм и директивная задача демонстрирования силы постепенно заменили авангард на некий бесцельный, эклектичный и лобовой пафос нового советского имперского стиля, вскоре присвоившего название “социалистический реализм”. До сих пор наше сознание еще не освободилось от штампов сталинского ампира. Монументальные, избыточные скульптурной декорацией образы советской России в экспозициях павильонов 30-х годов подавляют сознание и заставляют каждого ощущать себя лишь винтиком некоего процесса под названием “социализм”. Это означает, что экспозиционеры того времени с великолепным профессионализмом исполнили заказ власти - создание визуальной среды, сдерживающей возможность противодействия личности механизмам партийного культа.

Соцреализм быстро и всюду утвердился как специфический выставочный прием. И, невзирая на его дороговизну - все-таки гипертрофированные формы, избыток скульптур, позолота, гранит и мрамор, стал определяющим стилем всех последующих поколений. Модернизм надолго был отторгнут с экспозиционных площадок. Демонстрация силы власти стала подавляющей идеологией. Этому явлению есть внятное психологическое обоснование. Абстрактные образы, потерянные определенному визуального императива, неясны и поэтому страшат. Испуганный человек неменяем и плохо реагирует на директивы. А власти требуется послушание и, безусловно, предельно конкретная, предметная атрибутика, порождающая ощущение вины, содействующая созданию послушного общества. Собственно, этот “ключ” был заимствован у церкви, которую во избежание конкуренции разделили от государства, утратили собственности и вогнали в “полуподполье”. Такой визуальный

порядок обозначал характер выставок почти весь период советской власти и, пожалуй, дальше - до настоящего времени. Немного откорректировалась форма, но принцип остался неизменным: желание к псевдомонументальности, обилие пышности, излишние пространства - привычный арсенал методики экспозиционеров востребован до сих пор.

Исторические события Второй мировой войны практически на пятнадцать лет задержали процесс становления экспозиционных коммуникаций. И только в начале 50-х мир вернулся к системе международного взаимоотношения и позиционирования на всемирных экспозициях. К этому времени технологические способности военной промышленности стали открыты и для гражданских целей. Пафос представительства СССР на всемирных экспозициях периода холодной войны изумляет размахом. Советская власть акцентировала огромное внимание формированию образа своего государства в глазах мирового сообщества. Конкуренция политических систем, а скорее, какие-то тайные пружины международных взаимоотношений побуждали правительство выделять гигантские бюджеты на строительство "потемкинских" деревень социализма. Профессиональные экспозиционеры держались на грани изгнания из партии, изобретали и строили мифы, действительно вводя в заблуждение весь просвещенный мир. В те 50-80-е годы создалась жесткая система партийного надзора за соблюдением идейной чистоты советских экспозиций. Художественные наказания с партработниками во главе следили, чтобы портреты лидеров не "унижались", то есть не опускались ниже, чем на 50 см от пола. В другом допускалось достаточно свободное экспериментирование с пространством, светом, выставочной драматургией и доступной динамикой, в рамках разумного смысла, конечно.

Подавляющий минимализм западной визуальной культуры середины прошлого века как некий регламент профессии в Советском Союзе не поощрялся. Впрочем, и в зоне социалистического реализма наши мастера выставки добивались цельности архитектурного ансамбля, убедительности

впечатления. Итогом стало признание советской экспозиционной школы на мировом уровне. К участию во всемирных экспозициях готовились без утрирования всей страной. Отсутствие реальных экспонатов требовало огромного количества макетов, диорам, монументальных символов, панно и скульптур. Мощности всех художественных комбинатов едва хватало на подготовку грандиозных выставочных ансамблей. Именно в это время создавался профессиональный круг проектировщиков, предопределивших пути становления и особенности советской школы экспозиционного ансамбля. Декоративно-оформительское искусство приобрело легальную прописку в системе творческого союза художников и стало официальным. Имена авторов советских выставок стали цениться на одном уровне с общепризнанными художниками, композиторами, драматургами: К.Рождественский, Р.Кликс, А.Ермолев, А.Макаревич, Н.Гришин, Р.Файерштейн, А.Шошенский, Ю.Вавакин и многие другие обрели международную огласку. Огромный объем экспозиционной пропаганды Советского Союза требовал поточного производства. Оформительский комбинат ТПП (Торгово-промышленной палаты) стал элитной, закрытой фабрикой грез экспорта советской идеологии. Трудиться в “торговке” было верхушкой карьеры проектанта, но штат был ограничен, жесткая проверка КГБ на политустойчивость, неременное членство в КПСС. Лучшие профессиональные экспозиционеры трудились именно там. Даже в отрыве от всемирных экспозиционных технологий наши эксперты изобретали решения конкурентоспособные и поражающие западных практиков изяществом идеи и производственной практичностью.

Но главное, что у проектировщиков ТПП была возможность выезжать за “железный занавес” и обретать выставочный опыт в контексте мировых экспозиционных событий. Несколько последних всемирных экспозиций с участием СССР были грандиозными и по своему масштабу, и по качеству подготовленных зрелищ. Доминирующие концепции СССР покорило во многом благодаря политике активной экспозиционной деятельности или, как

сказали бы сейчас, “public relations”. Опыт участия в международных экспозиционных проектах был рекомендован и для использования внутри страны. Это дало импульс для взлёта экспозиционной просветительской и пропагандистской деятельности, приобщения к ней большого количества талантливых людей. Практически сразу после революции имелось несколько попыток организации экспозиционного комплекса, предназначенного для решения в Советской России пропагандистских задач национального масштаба. Большевики прекрасно понимали значимость ресурса пропаганды, обогащенного передовыми приемами визуальных искусств. Экспозиция достижений социалистического хозяйства необходима была стать у населения шаблоном мечты о грядущем утверждении идеи всенародного счастья. В 1923 году на территории современного парка Горького открылась первая Всероссийская сельскохозяйственная кустарно-промышленная экспозиция, пропагандирующая за реформирования в деревне. Ее посетило более миллиона экскурсантов. Столичная концепция впоследствии была скопирована в региональных масштабах по всей стране. Первый удачный эксперимент был возобновлён в 1939 году открытием ансамбля, сравнимого с крупнейшими всемирными экспозициями. ВСХВ (Всесоюзная сельскохозяйственная выставка), экспозиционный город с транспортной и торговой инфраструктурой, представляла собой исключительную, выразительную архитектурно-пространственную среду, где сплетались национальные культуры и пафос социализма. Все это интерпретировалось на высочайшем уровне социального сострадания. Отклик события был услышан в мире - экспозицию навестили крупнейшие зарубежные деятели культуры и политические лидеры многих стран. ВСХВ стала событием культурной жизни страны и была прославлена в кино.

За всей этой историей стоит трагическая судьба поразительного и удивительно талантливого человека, архитектора и специалиста по высотным сооружениям Вячеслава Константиновича Олтаржевского (17 марта 1880 - 24 апреля 1966). Он стал известен как автор проектов Брестского, ныне

Киевского вокзала, комплекса архитектуры московской окружной дороги и знаменитого гастронома Моссельпрома на Смоленской площади. Ориентированный в 1924 году для получения опыта строительства небоскребов в США, он жил в Нью-Йорке и работал в строительной компании, на практике приобщаясь к возведению сверхвысоких зданий. В 1934 году был отозван из Америки и назначен главным архитектором Всесоюзной сельскохозяйственной выставки (ВСХВ), задуманной правительством СССР как город-гимн торжества грядущего социализма. Это было не случайно, Олтаржевскому уже приходилось проектировать ВСХВ 1923 года. По постановлению XVII съезда ВКП(б) новая экспозиция была призвана явить всему миру успехи социалистической коллективизации. Но Олтаржевский мыслил шире - главная экспозиция страны, обреченная бытовать в зыбком настоящем, станет отражать будущее, она будет городом мечты всех эпох о земном рае. В 1935 году, фактически вручную, первобытным способом, тысячи бывших крестьян начали реализовать его замысел. На месте ростокинской свалки понемногу приобретало реальные черты царство грядущего изобилия и радости. К работам над проектом ВСХВ были привлечены первоклассные зодчие и художники страны. Основной вход экспозиции необходимы были украсить фигуры рабочего и колхозницы скульптора Веры Мухиной. В 1937 году этот величественный монумент возвышался над набережной Сены, тогда он венчал советский павильон на всемирной экспозиции в Париже.

В концепцию проекта ВСХВ Олтаржевский предоставил уместный для того времени классический регулярный дворцово-парковый ансамбль с центральным ядром в облике площади механизации и пространственной доминантой - гигантской скульптурой вождя всех народов. Радиальная разбивка магистралей вокруг ядра формировала смысловой и архитектурный центр территории. Впоследствии в планировке ВСХВ увидят кабалистические символы и эзотерический тайный смысл буддийских и иудейских мифов, о чем сам автор, по-видимому, и не догадывался. На



этапах согласования генплан подвергался грубой критике завистливых коллег, практически не скрывающих зависти к масштабу грандиозного проекта Олтаржевского. Таким был отстроен главный вход Олтаржевского, правда, ненадолго, в 1939 он был разрушен. К 1937 году здесь был построен ряд существенных, в основном строго функциональных сооружений, в том числе здание Главного входа. Особенно занятен был промежуточный от конструктивизма к неоклассике павильон «Механизация», содержащий в себе архетип столь популярной впоследствии ярусной башни. В 1938 Олтаржевского арестовали по политическому доносу. Постройки по его проекту были сломаны и отстроены заново, но его общая планировка ВСХВ-ВДНХ-ВВЦ сохранилась, по сей день. Утопическая идея города счастья, за которую главный ее архитектор заплатил своей свободой, была воплощена его последователями, а его имя вычеркнуто из истории. До 1943 года архитектор провел в заполярном воркутинском ГУЛАГе, а об открытии ВСХВ узнал из киножурнала, продемонстрированного в лагерном клубе. Говорят, что даже после реабилитации и до самой смерти Олтаржевский никогда не ступал ногой на площадку своего творения. Главным архитектором ВСХВ стал Сергей Чернышев, который в это время был и главным архитектором Москвы. Он весьма тактично отнесся к тому, что сделал Олтаржевский. Всю планировку, весь ансамбль Олтаржевского Чернышев сберёг. И 1 августа 1939 года экспозиция открылась. За остаток лета 1939 года всесоюзную экспозицию посетило большое количество людей - 3,5 миллиона человек. Они попадали в иную действительность - изобильную, роскошную и комфортную. Каждый уносил с собой веру в то, что жизнь и в его городе, поселке станет такой же. Сказка на глазах превращалась в реальность и рождала новые мифы. По этой архитектурно-идеологической модели были выстроены многие республиканские экспозиционные центры. Для всех, кто еще осознаёт подлинную значимость этого неповторимого ансамбля, сегодня стыдно быть очевидцем его варварского уничтожения. В 1957 году ВСХВ была реорганизована в

Выставку достижений народного хозяйства - ВДНХ. И ориентировочно в это же время возник еще один экспозиционный город.

После проведения знаменитой экспозиции промышленной продукции США золотистый купол американского павильона, наречённого в народе “апельсин”, обосновался в старейшем московском парке Сокольники. С тех пор экспозиционная активность в Сокольниках стала постоянной. И если на ВДНХ в основном проводились агитационные и просветительские экспозиции, Сокольники оставались центром международных ярмарок включительно до открытия МВЦ на Красной Пресне. Выставки ВДНХ и Сокольников 60-х годов были очень популярны. Впервые здесь отрабатывались выставочные концепции современной экспозиционной индустрии. Именно там возникли первые представления об унифицированном и многоразовом оснащении. Тогда понятие "модуль" стало своеобразным принципом проектирования подавляющего большинства выставок. Собственно, этот принцип не потерял актуальности до сегодняшнего дня. Огромные заграничные национальные экспозиции оставляли после окончания обилие готовых форм, деталей и целых выставочных систем, которые многократно применялись для возведения наших экспозиционных ансамблей. Появилась возможность исследовать зарубежные “конструкторы” в натуре. Все это очень понадобилось при овладении производства отечественного типового оснащения. Первыми прообразами для копирования стали CONSTA и SYMA. На их базе оборонные предприятия и стали тянуть первые четырехгранники. Наша технологическая бедность принуждала изобретать внезапные возможности их применения, которые сложились в уникальные выставочные приемы. 70-е годы отмечены бурным ростом экспозиционной деятельности. Только на ВДНХ ежегодно проводилось более трехсот тематических экспозиций, чуть меньше в Сокольниках. Кроме того, по линии международной торговли и по программам культурного обмена Советский Союз был организатором множества заграничных выставок. В это время экспозиционная деятельность

уже преобразовывается в подлинную промышленную отрасль с соответствующим аппаратом управления. Объявилась целая армия методистов, диспетчеров - менеджеров, как сказали бы сейчас. Конкурирующие комбинаты преобразовывали свои производственные возможности, внедряли технологические новинки. Советские экспозиции за рубежом выглядели вполне конкурентоспособно - во многом благодаря изобретательным дизайнерским решениям, продуманной проработки, неординарным декоративным решениям. Принципиальные концепции современного экспозиционного дизайна бесповоротно сформировались и фактически в неизменном облике существуют до сих пор. Основная уникальность выставок тех лет - их масштабность. Ансамбли в 15-20, а иногда и в 50 тысяч квадратных метров были привычным явлением. Потому и конструктивные возможности снаряжения учитывали потребность быстрого перекрытия больших пространств. И на ВДНХ, и в Торговой палате находились достаточным парком экспозиционных построек. Многие были заимствованы за рубежом, но основную типологию изобретали самостоятельно. В павильонах зарубежных площадок с успехом строили на комбинации Т17 (пространственная стержневая структура) и "бобышки" - узла соединения фанерных щитов. На ВДНХ использовались профили и структура "шар-труба". Перестройка резко поменяла создававшуюся ситуацию. Стремительно сократилось число просветительских экспозиций, их место заняли ярмарки и торговля. Большинство национальных отраслевых павильонов ВДНХ оккупировали мелкие торговцы. В конце 80-х, на Пресне и в Сокольниках начался непростой путь интеграции в мировую систему экспозиционной деятельности. По времени это совпало с переходом на цифровые технологии. Кадровый потенциал советской экспозиционной структуры в былом виде оказался невостребованным. Лишь некоторые смогли изучить компьютерную технику. В постсоветскую Россию хлынул рынок и соответственно трансформировал формат экспозиционной организации. Ярмарочные коммерческие выставки образовали порядок

приоритетов, очутившийся соблазнительным для частных компаний, многие из которых впервые приобщались к экспозиционному бизнесу, по крупицам обретая опыт профессиональной работы. Сама особенность выставки, непродолжительное время ее существования содействовали тому, что документы, фотографии экспозиций советского периода остались лишь в личных архивах участников событий.

### 1.3 Основные элементы графического сопровождения выставки Шедевры японской живописи и гравюры периода «Эдо»

Выставка «Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо» стала одним из центральных событий перекрестного года России и Японии. На выставке было представлено 135 работ ведущих мастеров японской живописи и гравюры различных традиционных школ. Многие из них стали уже знаковыми в истории искусства Японии и крайне редко покидают пределы страны. Российская публика впервые увидела столь масштабную выставку, представляющую всю палитру художественных течений одного из самых интересных периодов в истории искусства Японии. Выставка организована при поддержке ПАО НК «Роснефть».

Большая часть работ привезена из Японии и была показана в России впервые. Два произведения обладают статусом «Национальное сокровище», девять имеют статус «Особо ценный объект культуры» и шесть – статус «Особо ценный предмет искусства».

Выставка в ГМИИ им. А.С. Пушкина будет проходить в два этапа: первую часть работ посетители смогли увидеть в период с 4 по 30 сентября, а вторую – с 3 по 28 октября. Необходимость в ротации произведений объясняется хрупкостью работ: живопись на бумаге и шелке – деликатный материал, требующий строгих условий транспортировки, хранения и экспонирования. Согласно принятым в Японии стандартам, произведения такого рода не могут быть представлены в выставочных залах более четырех

недель. Фактически зрители увидели две абсолютно разные выставки. Вещи из первой части были заменены на произведения такого же высокого художественного уровня.

**Кураторы выставки:** Хироёси Тадзава, заведующий отделом научных кураторских исследований, Токийский национальный музей; Айнура Юсупова, ведущий научный сотрудник отдела графики, ГМИИ им. А.С. Пушкина

В эпоху Эдо (1603–1868) в Японии возникло большое количество различных художественных направлений и школ. После длительного периода междоусобных войн власть в Японии перешла в руки сёгунов из рода Токугава, которые правили страной на протяжении почти 265 лет. Этот период стал самым длинным в истории Японии после периода Хэйан. Прекратились войны, стали активно развиваться различные традиционные ремесла. Фактическим центром страны стал город Эдо, куда военный правитель Токугава Иэясу перенес столицу. Менее чем за полвека Эдо из небольшой рыбацкой деревушки превратился в город с полумиллионным населением.

Эпоха Эдо ознаменовалась бурным строительством городов и расцветом художественной культуры. Вокруг замков, на пересечениях торговых путей, близ морских заливов с бухтами возникли города, формировались сословия ремесленников и купцов, которые наряду с военными стали законодателями художественных вкусов эпохи. Если в предшествующий период религиозные памятники хранились в монастырях и храмах, а светское искусство было аристократическим, то в эпоху Эдо позволить себе заказывать предметы искусства могли и богатые купцы, и горожане. Этому способствовало развитие книгопечатания и гравюры на дереве – того, что называют искусством *укиё-э*.

На выставке были представлены произведения художников школы Канó – самой влиятельной в эпоху Эдо, распространившей свое влияние на все регионы страны, а также работы, созданные самобытными мастерами,

принадлежавшими к разным киотским школам, расцвет творчества которых пришелся на середину эпохи Эдо, таких как Огата Корин, Маруяма Окё, Ёса Бусон, Ито Дзякютю, Сога Сёхаку. Произведения школы *укиё-э* были представлены от ранних гравюр XVIII века до гравюр конца эпохи Эдо. Именно гравюры *укиё-э* во второй половине XIX оказали значительное влияние на западных художников, и благодаря этому повальному увлечению возникло направление в искусстве, которое получило название «японизм».

На выставке в Пушкинском музее было представлено все многообразие жанров японской живописи и гравюры: пейзажи, портреты, жанровые и исторические сцены. Посетители выставки увидели свиток с портретом поэта Ли Бо кисти Икэно Тайга, свитки по мотивам повести «Исэ-моногатари» (X век), повести «Гэндзи-моногатари» (X–XI века), автором которого считают придворную фрейлину Мурасаки Сикибу, и эссе монаха Ёсида Кэнко «Записки от скуки» (XIV век). Особое внимание на выставке уделялось жанру пейзажа, представленному в двух тематических направлениях: «воды и горы» – образы, символизирующие полярные позиции восточной философии (инь и ян, темное и светлое, женское и мужское начало), – и «цветы и птицы», которое нашло отражение в пейзаже малых форм. Техника исполнения большинства живописных работ – письмо кистью на шелке или бумаге минеральными или растительными водорастворимыми красками, а в печатной графике – гравюра на дереве.

Интересны и формы живописных произведений: на выставке была представлена живопись на ширмах и раздвижных перегородках, которыми разделялись жилые пространства (в Японии для ее обозначения существует специальный термин – *сёхэйга*). Также были представлены вертикальные свитки *какэмоно*, или *какэдзика*, для которых отводилась специальная ниша *токонома* в стене, становившаяся эстетическим центром помещения. Горизонтальные свитки *эмакимоно* чаще всего содержали повествовательный рассказ, их нужно было рассматривать, постепенно раскручивая перед собой.

**Марина Лошак, директор ГМИИ им. А.С. Пушкина:** «ГМИИ им. А.С. Пушкина на протяжении более 100 лет своего существования знакомил публику с произведениями японской художественной культуры из своих фондов и из японских собраний. Музей обладает одной из лучших в стране коллекций японской гравюры, неоднократно выставлявшейся как в ГМИИ, так и в разных городах России и Японии. Для российской публики встреча с шедеврами живописи и гравюры эпохи Эдо в Пушкинском музее стала подлинным открытием и сохранила в памяти как самое яркое событие Года Японии в России».

**Айнура Юсупова, куратор выставки:** «Выставка шедевров живописи и гравюры эпохи Эдо в Пушкинском музее – явление уникальное. В российских и советских музеях подобные выставки проходили раз в десятилетие. И даже по сравнению с предшествующими выставками, привезенными из Японии, выставка в ГМИИ беспрецедентна». Были показаны знаковые для японского искусства произведения. Такие, как, ширма «Бог ветра и бог грома» кисти Огаты Корина – это произведение украшает обложки многих изданий по истории искусства Японии.

Графическое сопровождение выставки входило афиши, вывешенные на самом главном здании ГМИИ им. А.С. Пушкина.





К выставке были изготовлены каталоги с работами, что были на ней представлены.



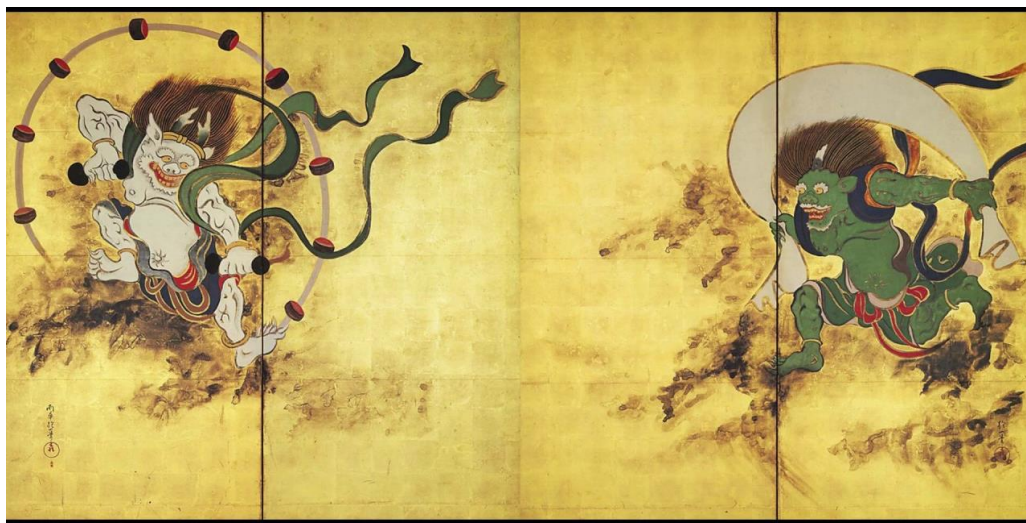
Так же можно было увидеть освещение экспозиции в новостях «1» канала, «Россия Культура», статьи в журналах и новостных сайтах, отзывы и призывы к посещению выставки от простых людей в своих блогах.

При освещении выставки использовали работы, которые представляли эпоху Эдо, Такие как: Кацусика Хокусай (1760–1849). Большая волна

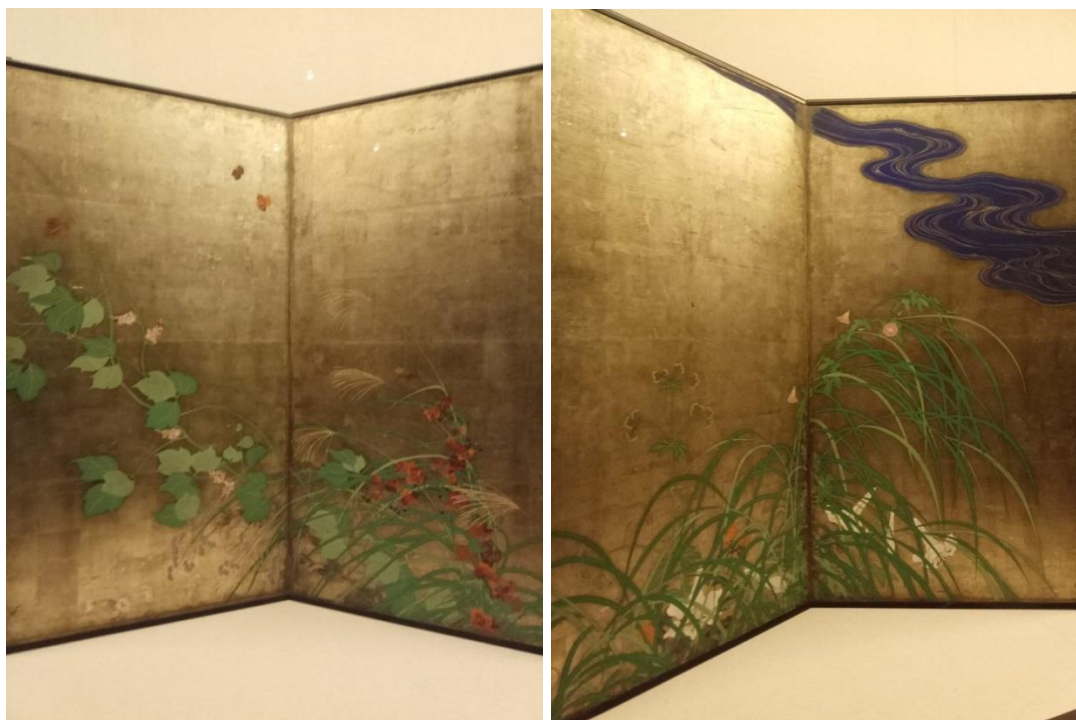


в Канагаве - знаменитое произведение, входящее в серию «Тридцать шесть видов Фудзи». Чаще всего. Данную гравюру использовали, для телеканалов.

На обложке каталога изображено произведение «**Бог ветра и грома Огата Корин**». Это роспись по двустворчатой ширме, изображающая синтоистского бога грома Райдзина и бога ветра Фудзина. Произведение входит в список важных культурных ценностей Японии. Божество, что мы видим на ширме – это бог ветра Фудзина. Так же, произведение с богом ветра встречается на афише музея, что представлены ранее.



**Возвращаясь к афишам, работы, которые были обращены к людям – это произведения с ширм. Сакаи Хоицу (1761 - 1828) "Летние и осенние травы"** Эти панели когда-то были оборотными сторонами парных ширм Огата Корина "Бог ветра и бог грома": на оборотной стороне ширмы с богом грома находилась сцена с изображением летних трав, склоняющихся под внезапным ливнем. А на оборотной стороне ширмы с богом ветра - сцена с изображением осенних трав, гнущихся под порывами сильного ветра. В настоящее время стороны для лучшей сохранности разделены. Золотому фону ширмы Корину Хоицу противопоставил серебряный фон, а небесным богам - растущие на земле цветы и травы. Этой работой Хоицу отдаёт дань уважения Корину, при этом оставаясь в рамках эстетических представлений эпохи Эдо, ориентированных на изысканность формы. Её можно назвать шедевром, достойным упоминания в числе самых значительных работ Хоицу.



Благодаря использованию работ, что были представлены на самой выставке, в графическом сопровождении. Люди уже знали, на что они идут смотреть. Выставка была подготовлена в рамках года Японии в России. По количеству представленных экспонатов и их художественной ценности это действительно было уникальное событие. «Отечественный зритель в принципе мало знаком с японским искусством этой эпохи по одной простой причине: подобных живописных произведений такого превосходного качества нет в наших собраниях.» - Айнура Юсупова. Ведущий научный сотрудник отдела графики ГМИИ им. А.С. Пушкина.

## **ГЛАВА II Дизайнерская разработка графического сопровождения к специализированной выставке "Шедевры японской живописи и гравюры эпохи Эдо"**

### **2.1 Концепция графического сопровождения к выставке, реклама**

Беря в учет то, что российский зритель слабо знаком с искусством Японии и столь масштабные выставки проходят крайне редко. На экспозиции зритель ознакомился со всей палитрой художественных течений одного из самых интереснейших периодов в истории искусства Японии, эпохой Эдо. Графическое сопровождение выставки должно показать зрителю, основную идею и концепцию экспозиции, то ради чего он идет на мероприятие.

Разработка графического сопровождения началось с изучения самого понятия и его составляющих. При его изучении, принималось решение, из чего будет состоять визуальный ряд для проекта: афиши, листовки, приглашения, брошюра. Основной идеей проекта является создание визуального образа, не выбивающегося из концепции самой выставки.

Для удачного проектирования концепции графического сопровождения необходимо проанализировать целевую аудиторию. Всю аудиторию можно разделить на группы:

1. Люди тем или иным образом связанные с искусством, любители и профессионалы.
2. Люди, связанные с культурой Японии, профессионально изучающие культуру страны и простые обыватели.
3. Коллекционеры.
4. Преподаватели и студенты школ искусства.

Люди, что посетили выставку, изначально имели себе представление, что это за мероприятие и цель их посещения разная. От эстетического наслаждения и изучения искусства чужой страны, до просвещающего. Зритель обращает внимание не только на саму экспозицию, представленную в музее, но так же на ее графическое сопровождение.

Зрители выставки начинают свое знакомство с афиши, листовки или от случайно услышанного сообщения по радио или телевизору. Наша задача передать визуально с минимум текстового сопровождения концепцию выставки через ее графическое сопровождение.

В создании афиши, были использованы всем известные образы прекрасных гейш, из коллекции, представленной на экспозиции. За счет уникальности шрифта, в стиле иероглифов (рискованности), создается аллюзия на реальные полотна, представленные на выставке.

Графическое сопровождение выполнено в приглушенных тонах, единой стилистике, что позволяет проникнуться духом исторического периода Эдо. Все вышперечисленное позволяет погрузиться в события, которые происходили в то время, начиная с увиденной афиши или листовки. Завершая посещение экспозиции.

При подборе иллюстраций к графическому сопровождению, подбирался материал, наиболее точно описывающий тему выставки. Подобранные изображения легко узнаваемы и радуют глаз и вызывают легкое чувство заинтересованности восточным искусством. Именно поэтому для афиши были выбраны картины с изображениями гейш, Так как гейши издревле обладали аурой таинственности, как к профессии, так и к самим личностям людей, этот выбор способствует наиболее широким охватом разных слоев общества с различными интересами.

При выборе оформления приглашений была сделана ставка на символизм, так на карточках можно заметить журавлей, которые в Японии считаются достопочтенными господами, они воплощение таких нравственных качеств, как мудрость, справедливость, благородство. Для японцев журавль символизирует процветание и долголетие. Даже есть расхожее выражение: «Журавль живет тысячу лет, черепаха – десять тысяч лет», и обозначает оно пожелание долгих лет жизни. Изображениями журавлей облагораживали предметы быта, утварь и украшения. Считалось, что это гарантировало семье счастливую, безопасную и безбедную жизнь.

Таким образом, мы закладываем дополнительный смысл, казалось бы, в простое приглашения, пожелание долголетия. И это создает приятный настрой для посещения выставки.

На втором варианте приглашения основой и ярким акцентом послужила гравюра из знаменитой серии «тридцать шесть изображений Фудзи». Гора, что является неотъемлемым символом Японии. Фудзи - не только самая высокая гора страны, но и спящий вулкан. Последнее извержение было 300 лет назад. Гора привлекает местных и туристов своей практически идеальной пропорциональностью. Взойти на нее хоть раз в жизни обязан каждый, уважающий себя, самурай, но это было в прошлом. Сегодня каждый житель Японии хотя бы один раз в своей жизни стремиться посетить священную гору. В стране восходящего солнца живут представители двух основных религий (синтоизм и буддизм). Все они считают гору своей святыней. Они уважительно называют её Фудзисан. Японцы символику священной горы связывают с такими фундаментальными понятиями, как нация, божественная чистота, первозданная красота, гармония. Еще она неразрывна с их восприятием с собственной Родиной.

Отношение к горе Фудзи наглядно демонстрирует нерушимую связь традиций и современности в быту японцев. Этот народ всегда жил общими ритмами с природой. Японцы могут подолгу созерцать любимые склоны. В это время они напитаются спокойствием и умиротворением, вызывают в себе состояние просветлённой отрешенности.

Таким образом, изображение священной горы, даже в столь своем небольшом объеме, показывает уважительное и трепетное отношение к культуре восточного народа, что, несомненно, позволяет по достоинству оценить всю полноту работ.

Для наиболее полного погружения в тайный мир искусства эпохи Эдо, был сделан акцент на брошюре, представленной в виде веера, которая несет не только познавательную функцию, но и простое практическое применение.

В период Эдо веера получили большое распространение и особенно полюбились в среде артистов, став, таким образом, определенной приметой нового, мирного образа жизни. Появились новые мотивы картин, выполненных на веерах, они становились все более сложными и изысканными. Веера в это время становятся неотъемлемым атрибутом среднего класса, актеров, гейш и борцов сумо. Их популярность способствовала и росту популярности вееров, которые выпускались в огромных количествах до самого конца XIX в. Только японские веера высоко ценятся по всему миру, ведь они раскрывают истинную красоту и яркость этой прекрасной страны. Веера изначально изготавливали из тонких бамбуковых прутьев, к которым крепилась специальная бумага – васи. На эту бумагу с обеих сторон наносился красивый рисунок, их сюжеты различались и зависели от традиции региона страны, в котором изготавливался веер.

За счет необычной формы брошюры, она выступает небольшим приятным сувениром. Уходя с выставки, держа в руках брошюру, вы забираете с собой приятные воспоминания, которые будут запечатлены в мотивах веера.

В соответствии с вышеперечисленными материалами, листовка так же представляет собой часть экспозиции связанной с историей Эдо. На ней представлено изображение города с лицевой стороны, которая несет краткую информацию о месте, времени и названии мероприятия. На обратной стороне изложена, краткая информация о ключевых моментах самой выставки.

Для Эдо было характерна стабильность во всех сферах жизни, расцвет культуры, в том числе самурайской, полный запрет на исповедование христианской религии. Но были и негативные явления установления сегуната Токугава. Япония и без того не особо поддерживала внешнеполитические связи, в эпоху Эдо попала в полнейшую изоляцию. В стране были запрещены любые контакты со странами Западной Европы, США. Возможно, такой

подход в управлении Японией и создал предпосылки для стабилизации ситуации в политической и экономической сфере, в обществе.

Таким образом, история целой эпохи переносится на небольшой лист бумаги, который приглашает поближе познакомиться с удивительным миром Японской культуры. И в особенности одного из интереснейших периода истории на выставке «Шедевры японской живописи и гравюры эпохи Эдо».

2.2 Технические и программные средства при проектировании графического сопровождения.

Для проектирования графического сопровождения, была применен графический редактор - Adobe Photoshop CS6.

Adobe Photoshop CS6 - графический редактор, созданный также распространяемый Adobe Systems. Данный результат считается лидером на рынке коммерческих инструментов для редактирования растровых изображений также наиболее популярным продуктом Adobe. Данная программа зачастую попросту именуется Photoshop (Фотошоп). В наше время Photoshop доступен в Mac OS X / Mac OS также Microsoft Windows. Наиболее ранние версии редактора существовали портированы на SGI IRIX, однако служебная помощь прекращена с третьей версии продукта.

Отличительные особенности редактора. Вопреки тому, что проект первоначально разрабатывался как редактор изображений для печати, на сегодняшний день она обширно применяется в веб-дизайне. В прошлой версии для данной цели была введена особая программа - Adobe ImageReady, которая была изъята из самой версии CS3 из-за интеграции ее функций в Photoshop также введения Adobe Fireworks в линейку товаров, что сделалась собственностью Macromedia уже после поглощения с Adobe.

Photoshop плотно объединен с иными проектами для обрабатывания медиа файлов, анимации также прочего творчества. Совместно с подобными проектами, наподобие Adobe ImageReady (программа была прервана в CS3),

Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe After Effects и Adobe Encore DVD. Его можно применять для формирования высококлассных DVD-дисков, предоставления инструментов нелинейного редактирования и формирования специализированных эффектов, подобных как фоновые рисунки. Текстуры и пр. Для телевидения, кинематографа также мировой сети. Главный формат Photoshop, PSD, допускается экспортировать, также импортировать с абсолютно всеми упомянутыми выше программными продуктами. Photoshop CS поддерживает разработку меню для DVD-дисков. В Photoshop вы сможете формировать меню DVD или клавиши DVD с поддержкой Adobe Encore. Photoshop CS3 Extended кроме того поддерживает 3D-слои.

Из-за известности Photoshop поддержка конкретного формата PSD имела во множестве графических программах, к примеру, в Macromedia Fireworks, Corel PHOTO-PAINT, Pixel-Bildeditor, WinImages, GIMP и т. д.

Photoshop поддерживает следующие цветовые модификации либо методы отображения расцветок изображения:

RGB

LAB

CMYK

Grayscale

Bitmap

Duotone

Indexed

Multichannel

Обработка изображения поддерживается с обыкновенной глубиной цвета 8 бит (256 градаций на канал), а также с 16 также 32 битами (65,536 и 4,294,967,296 градаций на канал). В документ доступно сохранить вспомогательные компоненты, к примеру: дополнительные линии, каналы (к примеру, канал прозрачности - альфа-канал), обтравочные контуры, слои с векторными и текстовыми объектами. Документ способен включать



цветовые профили (ICC), функции преобразования цветов (функции передачи) и соотношения пикселей.

Расширенная версия Adobe Photoshop Extended была разработана с целью более профессионального применения, непосредственно для того, чтобы создавать кинофильмы, видеоролики, мультимедийные проекты, трехмерного графического дизайна и веб-дизайна, для работы в сферах изготовления, медицины, архитектуры также с целью выполнения академических анализов. В программе Adobe Photoshop вы сможете открывать, также работать с 3D-файлами, созданными в таких программах, как Adobe Acrobat 3D, 3ds Max, Maya также Google Earth. Photoshop поддерживает соответствующие форматы файлов 3D: U3D, 3DS, OBJ, KMZ также DAE. С целью встраивания в двухмерное фотография можно применять пространственные файлы. Для обрабатывания 3d модели доступен ряд процессов, к примеру, работа с сетью, подбор материалов из текстурных карт также регулирование освещения. Вы кроме того сможете формировать отметки на трехмерном предмете, крутить модели, менять их объем, также позицию в пространстве. Редактор, кроме того, содержит установки для преобразования плоских фото в 3d объекты конкретной формы, на подобии капсулы, куба, цилиндра, сферы, конуса, пирамиды и т. п.

Для того чтобы моделировать движение в Photoshop, вы можете формировать анимационные кадры, применяя слои изображений. Вы сможете формировать видеоизображения на базе одного из множества отмеченных пропорций пикселей. После редактирования вы сможете сохранить собственную работу в виде файла анимации GIF либо PSD, который в дальнейшем можно будет воспроизводить в многочисленных видеопрограммах, подобных как Adobe Premiere Pro либо Adobe Effects. Вы сможете открывать либо импортировать видеофайлы и последовательности изображений с целью редактирования и ретуширования, формирования анимированных видеороликов и экспорта проектов в файл QuickTime, анимацию GIF либо последовательность изображений. Видеоизображения

допускается редактировать, изменять, клонировать, использовать маски, фильтры и пиксели на свой вкус. Вы сможете рисовать на нем с поддержкой всевозможных инструментов.

Photoshop поддерживает файлы DICOM - цифровые изображения также коммуникации в медицине. Для файла DICOM, открытого в Photoshop, вы можете корректировать, также ретушировать изображения с поддержкой различного инструмента Photoshop.

В Конечном Итоге, с поддержкой Photoshop Extended вы в силах учитывать изображения MATLAB, подвергать обработке их в Photoshop также объединять установки MATLAB с технологиями обрабатывания изображений Photoshop. Как только соединение с Photoshop определено путем MATLAB и установки добавлены в командную строку MATLAB, данные управляющие операции производятся незамедлительно в Photoshop. Файлы, специализированные в программе MATLAB, обладают расширением m, fig, rpt, mat, mdl. Взаимосвязь между Photoshop и MATLAB совершается посредством JavaScript-интерфейс Photoshop также интерфейс библиотеки MATLAB.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение следует отметить, что графический дизайн, являющийся художественно-проектной деятельностью, глубоко связан с выставочной деятельностью. Такая область, как выставочный дизайн, синтезирующий функциональные и эстетические характеристики пространственно-предметной выставочной среды помогает ознакомиться с предметами искусства поближе. История самого экспозиционного дизайна претерпела ряд изменений с течением времени. Сегодня мы видим выставочные площадки и организованные экспозиции не хуже самих выставочных работ, их графическое сопровождение и визуальное решение идет, как дополнение и продолжение самой экспозиции.

Практическая часть посвящена разработке графического сопровождения к выставке японской живописи. При выборе выставок, были изучены разные экспозиции, как те, что прошли, так и те, что намечаются. Однако был остановлен выбор на выставке, которая прошла в честь года «Япония в России» в Государственном музее изобразительных искусств имени А.С. Пушкина «Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо».

На выбор повлияло это яркое событие, на котором были представлены национальные сокровища. Ценные объекты и предметы искусства. Такая выставка имеет большое значение в мире искусства. Ведь из-за необходимости в ротации произведений и хрупкости работ, вывоз за пределы страны экспонатов крайне опасен для объектов.

Разработка графического сопровождения включает в себя ряд этапов: от анализа выставки и всей выставочной деятельности, до непосредственной реализации экспозиционного сопровождения. При погружении в тему выпускной квалификационной работы и анализ обеспечили единство стилевого наполнения, целостности в графическом сопровождении. Ведь для построения проекта, за основу были взяты исторические аспекты и узнаваемость обывателями предметов искусства.

Приглушенные тона на афишах, листовки, приглашениях и брошюре были взяты за основу в разработке графического сопровождения. Приглушенный тон и шрифт объединил работу в одно целое. Такой выбор был сделан, для создания атмосферы японского искусства. Небольшие яркие элементы, акценты, расположенные на иллюстрациях, помогают притягивать к себе взгляд. Зритель, сразу понимает, что выставка посвящена Японскому искусству.

Цель выпускной квалификационной работы – дизайнерская разработка единого стиля основных элементов графического сопровождения к выставке

Во время исследования были выявлены методы разработки выставочного сопровождения, определены основные константы и выбраны необходимые носители. Изучение уже разработанных сопроводительных элементов помогло создать уникальный образ, передающий искусство эпохи Эдо. Разработка графического сопровождения создало образ исторической эпохи, что присутствовала на выставке.

В результате выполнения выпускной квалификационной работы, поставленные задачи были решены и цель работы достигнута.

Итоги:

Разработанное графическое сопровождение полностью отвечает целям и задачам, поставленным перед началом работы.

Стиль сопровождения соответствует концепции выставки.

Наружная реклама получилась информативной и ясной.

В ходе написания выпускной квалификационной работы, а так же выполнения практической части, был спроектирован планшет, с графическим сопровождением к выставке.

Adobe Photoshop CS6 это одни из наиболее распространенных и успешных графических редакторов для разработки визуального сопровождения к экспозиции.

Выпускная квалификационная работа состоит из графического проекта, выполненного в программе Adobe Photoshop (в печатном виде формат А-2) и

Пояснительной записки к проекту (теоретическая часть), состоящей из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений; электронной презентации.

Проект имеет **практическую значимость**, несмотря на значительное количество публикаций, посвященных данной теме, вопросы дизайнерской разработки графического сопровождения к выставкам остаются актуальными и проектная деятельность дизайнера остается востребованной в сфере музейной и выставочной деятельности.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**