

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет искусств

Направление 072500 «Дизайн»

Магистерская программа «Графический дизайн»

Автореферат

**Система рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. На примере выставки в Шанхае**

**Жуй Хэншо**

Научный руководитель:

Член Союза художников России,

Член международной ассоциации

Искусствоведов (AIS: UNESCO),

Кандидат искусствоведения,

Доцент кафедры дизайна

Факультета искусств СПбГУ

Васильева Екатерина Викторовна

член Союза дизайнеров России,

старший преподаватель кафедры дизайна

Факультета искусств СПбГУ

Лапутенко Юлия Валерьевна

Санкт-Петербург

2020

## Содержание

Глава 1. Визуальная система рекламного плаката и рекламной графики XX века.

Рекламная графика и рекламный плакат первых десятилетий XX века: основа графической программы

1.1. Особенности развития рекламного плаката первых лет XX века. Специфика и особенности рекламного плаката эпохи Модерн. Париж и Вена: шрифтовой и фигуративный плакат.

1.2. Предметный плакат и корпоративная айдентика: принципы рекламной графики в Германии

1.3. Новые принципы в дизайне: авангардные течения и новые графические принципы. Конструктивизм и Баухаус.

1.4. Рекламная графика Art Deco: плакатная графика и феномен моды.

Глава 2. Визуальная специфика рекламного плаката и рекламной графики середины и второй половины XX века

2.1. Швейцарская школа плаката и графика Интернационального стиля.

2.2. Нью-Йоркская школа дизайна: рекламная графика и корпоративная айдентика.

2.3. Японская школа плаката: проблема национальной школы и Интернационального стиля.

2.4. Постмодернизм и его особенности в рекламной графике.

2.5. «Новая волна» в графическом дизайне: особенности графики Новой волны в Европе и Америке.

Глава 3. Развитие спортивной обуви и ее особенности как феномена.

3.1. Формы и специфика развития спортивной обуви на рубеже XIX и XX века.

3.2. Развитие спортивной обуви в 1920-е – 1930-е годы: специфика и особенности.

3.3. Спортивная обувь: особенности развития и рекламы в послевоенном мире.

3.4. Развитие и преобразование спортивной обуви во второй половине XX – начале XXI века.

Глава 4. Разработка проекта рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. На примере выставки в Шанхае

Заключение

Список литературы

Приложение

Данная работа посвящена формированию системы рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. Данный проект реализован на примере выставки в Шанхае. Специфика проекта – его теоретический и прикладной характер одновременно. С одной стороны, он связан с практической задачей создания графической системы для выставочного проекта – причем речь идет о полном комплексе – от создания дизайна спортивной обуви, до графического сопровождения.

Реализация этой масштабной задачи была бы крайне затруднительна без исследовательской части, которая посвящена исследованию основных графических систем XX столетия<sup>1</sup>. Исследование графики XX века представляется принципиально важным. Мы исходим из предположения, что дизайн, как и любая форма творчества построена на неограниченном использовании воображения и творческой интуиции<sup>2</sup>.

Нам представляется принципиально важным использовать опыт графических систем XX века – опыт на котором были сформированы важнейшие графические проекты XX века и который составил основу современного графического дизайна<sup>3</sup>. В частности, важным эпизодом представляется изучение интернационального стиля и его влияния на дизайн XX века. Изучение этого графического опыта формирует понимание современной графической системы: использование которой принципиально важно в рамках данного проекта.

---

<sup>1</sup> Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons, 1998.

<sup>2</sup> 李俊东.平面设计的美感秘诀[M],江西美术出版社,2013.[ Ли Цзюндун.секрет красоты в графическом дизайне. М.:Издательство Цзянси Файн Артс, 2013.]

<sup>3</sup> Васильева Е. Идеальное и утилитарное в системе интернационального стиля: предмет и объект в концепции дизайна XX века. // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 4 (25). С. 72-80.

**Цель** данного проекта – сформировать графический механизм, который будет использовать важнейшие достижения в области графического дизайна XX века и одновременно позволит формировать собственную художественную программу, построенную на знании тенденций современной моды и персональной творческой интуиции. **Цель** данного проекта – создание системы рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. Для достижения данной цели были определены следующие задачи:

**Задачи:**

- Изучение основных принципов графического дизайна XX века.
- Изучение основных направлений и школ графического дизайна XX века.
- Исследование наиболее актуальных программ и направлений в дизайне на протяжении XX и в начале XXI века.
- Изучение феномена спортивной обуви и исследование основных принципов ее развития.
- Использование опыта графических систем XX века в создании собственных графических проектов.

**Предмет исследования.** Предметом исследования данного проекта является система графического дизайна XX века<sup>4</sup> и те ее основные формы, которые могли бы быть использованы в формировании мультимедийной программы<sup>5</sup>. Также предметом исследования является феномен спортивной обуви, создание дизайна которой является частью данного проекта.

---

<sup>4</sup> Heller S. Graphic Design History. New York: Allworth Press, 2007.

<sup>5</sup> Fiell C. Graphic Design Now. Köln: Taschen, 2006.

**Методика исследования.** В рамках данного исследования были реализованы следующие методологические принципы. Первой – изучены основные работы по теории дизайна. Второе – собраны и изучены графические образцы, связанные с историей развития дизайна XX века. Третье – систематизированы и обобщены основные академические исследования по истории и теории дизайна XX века.

**Актуальность исследования.** В настоящий момент развитие основ дизайна является важным направлением. Исследование проблем дизайна составляет важную часть академической дискуссии. Кроме того, важным направлением является изучение и создание дизайна спортивной обуви – одновременно, это и предмет научных исследований, и практической деятельности. Таким образом, данная работа соответствует актуальным направлениям как теоретических исследований, так и прикладной деятельности.

**Новизна исследования.** Одной из особенностью данной работы является соединение теоретической базы и прикладной программы. Создание дизайна построено на систематическом изучении процессов графического дизайна. Работа тестирует возможности использования принципов использования актуального дизайна в создании спортивной обуви. Спецификой теоретической части является последовательно изучение системы графического дизайна и феномена спортивной обуви. Эти явления рассматриваются как единая система, что определяет новизну подхода в исследовании.

**Возможность практического применения.** Данный проект планируется к практической реализации в рамках профессиональной выставки в Шанхае. Разработки, сформированные в рамках данного исследования, могут быть использованы при формировании профессиональных мультимедийных проектов и выставок продукции легкой промышленности.

**Состав проекта.** Данный проект состоит из теоретической и практической части.

Практическая часть посвящена созданию системы рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. Предполагается, что проект может быть практически реализован на примере выставки в Шанхае. Теоретическая часть сосредоточена на изучении графической системы XX века, что формирует основу для визуальных форм графического проекта.

**Содержание работы.** Теоретическая часть данного проекта состоит из четырех глав, Введения и Заключения. Первая глава данного исследования посвящена формированию визуальной системы рекламного плаката и рекламной графики XX века. Одна рассматривает рекламную графику и рекламный плакат первых десятилетий XX века. В ней рассматриваются особенности развития рекламного плаката первых лет XX века. Часть исследования посвящена специфика рекламного плаката эпохи Модерн<sup>6</sup>. Также в первой главе рассматривается предметный плакат, корпоративная айдентика и принципы рекламной графики 1920-х годов. Отдельный раздел посвящен формированию новых принципов в дизайне<sup>7</sup>. Рассматриваются авангардные течения начала XX века, а также графические принципы конструктивизма и Баухауса. Отдельный раздел посвящен рекламной графике Art Deco<sup>8 9</sup> – в нем рассматривается плакатная графика 1930-х годов.

Вторая глава посвящена специфике рекламного плаката и рекламной графики середины и второй половины XX века. В рамках второй главы рассматриваются Швейцарская школа плаката и графика Интернационального стиля. Отдельный параграф

---

<sup>6</sup> Ormiston R.; Robinson M. Art Nouveau – Posters, Illustration and Fine Art. London: Flame Tree Publishing, 2013.

<sup>7</sup> Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons, 1998.

<sup>8</sup> Duncan A. Art Deco Complete: The Definitive Guide to the Decorative Arts of the 1920s and 1930s. N. Y. Abrams, 2009

<sup>9</sup> 陈瑞林. 20世纪装饰艺术[M]. 山东美术出版社, 2001.[ Чэнь Жуйлинь. Декоративное искусство 20-го века. М.:Издательство Shandong Fine Arts, 2001.]

посвящен Нью-Йоркской школе дизайна, созданию рекламной графики и феномену корпоративной айдентики. Также во второй главе рассматривается Японская школа плаката. Особое внимание уделено проблеме формирования национальной школы в условиях Интернационального стиля<sup>10</sup>. Далее рассматриваются проблемы постмодернизма как художественной идеи и его особенности в рекламной графике. Еще одной локальной темой исследования стала «Новая волна» в графическом дизайне. Рассматриваются особенности графики Новой волны в Европе и Америке.

Третья глава посвящена развитию спортивной обуви и ее особенностям как феномена. Рассматриваются формы и специфика развития спортивной обуви на рубеже XIX и XX века. Особое внимание уделено феномену спортивной обуви в 1920-е – 1930-е годы<sup>11</sup>, рассматриваются ее специфика и особенности. Кроме того, в главе рассмотрены особенности развития спортивной обуви в послевоенном мире. Отдельно проанализировано развитие и преобразование спортивной обуви во второй половине XX – начале XXI века.

Четвертая глава посвящена непосредственному обоснованию и описанию графического проекта. В ней представлена разработка проекта рекламно-графического сопровождения дизайна спортивной обуви. Проект выполнен на примере предполагаемой выставки в Шанхае.

В исследовании рассматриваются вопросы, связанные с преобразованием рекламного плаката и рекламной графики на протяжении XX века. В работе представлены исследования визуальной системы интернационального плаката. Это дает важный

---

<sup>10</sup> Васильева Е. Идеальное и утилитарное в системе интернационального стиля: предмет и объект в концепции дизайна XX века. // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 4 (25). С. 72-80.

<sup>11</sup> 王齐飞.球鞋文化：一种时尚休闲文化[J].大众文艺,2019(13):P249-250.[ Ван Цифей.Культура кроссовок: культура моды и отдыха[J].Популярная литература, 2019(13):P249-250.]



материал и позволяет сформировать принципиально важную основу будущего проекта, построенного на систематическом изучении графики.

Визуальная система XX века не статична. На протяжении десятилетий она находилась под ощутимым влиянием внешних факторов, претерпев радикальные изменения на протяжении столетия. Исследование прослеживает изменения, происходившие в сфере плаката под влиянием экономических, культурных и социальных факторов. Оно определяет важные визуальные стратегии, которые могут быть использованы в рамках прикладного графического проекта. Плакатная и рекламная графика XX столетия<sup>12</sup> демонстрирует систему различных школ. Условно мы разделяем этот хронологический отрезок на три периода и рассматриваем специфику рекламной графической программы первой половины XX века, середины XX века и графические школы рубежа XX – XXI веков<sup>13</sup>.

Понимание ситуации в сфере графического дизайна XX века позволяет определить специфику развития художественной системы в целом<sup>14</sup>. Основные принципы графической системы, центральные элементы художественной программы и векторы развития были сформированы в первые десятилетия XX века<sup>15</sup>. Изучение основных направлений и графических школ XX века дает возможность оценить характер и специфику дальнейшего развития искусства, определить принципы развития

---

<sup>12</sup> Fiell C. Design of the 20th Century. Köln: Taschen, 2005.

<sup>13</sup> Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons, 1998.

<sup>14</sup> Фостер Х. Искусство с 1900 года. Модернизм, антимодернизм, постмодернизм. М.: АдМаргинем, 2015.

<sup>15</sup> 王受之. 世界现代平面设计史[M].新世纪出版社,1999.[ Ван Шоужу. История современного графического дизайна в мире.М.:New Century Press, 1999.]

современного дизайна, многие элементы которого формируются на рубеже XIX и XX веков<sup>16</sup>.

Важным в данном исследовании является изучение системы графического дизайна второй половины XX века. Этот период стал решающим этапом в развитии современной рекламной и графической системы<sup>17</sup>. В этот период формируются принципы Интернационального стиля, которые могут рассматриваться как непосредственные основы современной графической системы. Именно поэтому опыт и практика графического дизайна второй половины XX века представляются важными в контексте данной работы и данного исследования.

Швейцарский плакат и рекламная графика Нью-Йоркской и японской школы рассматриваются как непосредственный предшественник и прототип современного графического дизайна. Работа исходит из предположения, что многие явления в современном графическом дизайне связаны с традицией второй половины XX века<sup>18</sup>. Многие практики и стили современного дизайна были заложены именно в этот период.

Одной из наиболее известных национальных школ можно считать Японскую школу дизайна. В создании национальной программы дизайна Япония одновременно использовала национальные элементы и принципы, связанные с универсальным графическим стилем послевоенной Европы<sup>19</sup>. В качестве национальной программы

---

<sup>16</sup> 单莹莹. 海报创意设计中图形信息功能的研究[J]. 艺术教育, 2013(11). [Шань Иньин. Исследование функции графической информации в креативном дизайне плакатов [J]. Art Education, 2013 (11).

<sup>17</sup> Fiell C. Contemporary Graphic Design. Köln: Taschen, 2007.

<sup>18</sup> Васильева Е.; Гарифуллина (Аристова) Ж. Flat-Design и система интернационального стиля: графические принципы и визуальная форма // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2018, № 3. С. 43-49.

<sup>19</sup> 张引良. 浅析日本设计风格的形成[J]. 商品与质量·理论研究, 2010(7). [Чжан Иньян. Анализ формирования японского стиля дизайна [J]. Товар и качество • Теоретические исследования, 2010 (7).]

Япония использовала традицию национальных картинок укие-э и художественную практику эпохи Мэйдзи.

Интернациональная практика японского дизайна обращалась к традиции русского конструктивизма, практике школы Баухаус и самое главное – традиции и практике Швейцарской школы. Японская школа дизайна представила целое поколение выдающихся дизайнеров, среди которых можно назвать таких как: Хирому Хара, Юсаку Камекура, Таданори Йоко, Коичи Сато, Сигео Фукуда, Рюичи Ямасиро, Кацумаса Нагаи, Икко Танака и другие<sup>20</sup>.

Во второй половине XX века программа и направление развития графического дизайна претерпели некоторые изменения. Определяющей смысловой платформой этого времени стала философия постмодернизма. Основными трудами, определившими эту программу, можно считать тексты Жана-Франсуа Лиотара и Чарльза Дженкса. Теория постмодернизма исходила из кризисного состояния основных идей Нового времени. Авторы постмодернистской теории предполагали, что вторая половина XX века представляет принципиально новые условия, отрицающие формы индустриального общества<sup>21</sup>. Массовое потребление, серийное производство – все это изменяло те требования, которые были обращены к дизайну<sup>22</sup>.

Использование в дизайне понятия постмодерна – не простой вопрос. С одной стороны, само возникновение термина постмодерн связано с архитектурной и дизайн-теорией. С другой, в отличие от архитектуры, графический дизайн использовал принципы постмодерна адаптивно. Использование термина применительно к дизайну и особенно

---

<sup>20</sup> Fraser J. Japanese Modern: Graphic Design Between the Wars. San Francisco: Chronicle Books, 1996

<sup>21</sup> 黄文中.后现代主义设计[J].世界知识画报·艺术视界.2009(5).[Хуан Вэньчжун. Постмодернизм в дизайне. [J]. Иллюстрированный мир знаний • Art Vision. 2009 (5).]

<sup>22</sup> Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons, 1998.

графическому дизайну крайне спорно: значительно чаще здесь использовался термин «Новая волна»<sup>23</sup>, который, по-видимому, следует считать основным.

Постмодернизм занимает двойственное положение. С одной стороны, он связан с утратой исторической преемственности: ослабление связи с европейским художественным наследием и зависимость от явлений массовой культуры. С другой, искусство, дизайн и архитектура постмодернизма отказываются от создания единого канона и строгой иерархии эстетических предпочтений. Одним из ориентиров постмодернизма становится свобода самовыражения, связанная, скорее, с нарушением канонов, нежели с их поддержкой.

Одной из вариаций и форм постмодернизма рассматривают явление «Новой», считая, что развитие форм «Новой волны» связано с постмодернистской теорией. Принципы нарушения традиции, нарушения канона или нарушения целого, реализованные в рамках типографики «Новой волны» находят свои параллели в концепции Постмодернизма. Постмодернизм и «Новую волну» часто бывает сложно разграничить. В то же время, Постмодернизм – в большей степени является течением в философии. В графическом дизайне не существовало прямой теории, которая рассматривала бы плакатную или журнальную графику как форму Постмодернизма. В то же время, как отмечалось выше, Постмодерн и «Новая волна» использовали сходные принципы и могут быть рассмотрены как единое явление культуры<sup>24</sup>.

Существенную проблему представляет сравнение «Новой волны» и Швейцарской школы. В некоторых случаях их рассматривают как антагонистов, в некоторых – как

---

<sup>23</sup> Бу И. Система микрографики и визуальная практика «новой волны»: к определению принципов современного дизайна // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 3. С. 290—297.

<sup>24</sup> Weingart W. Typography: My Way to Typography. Baden: Lars Müller Publishers, 2000.

единое явление, как версии одной художественной программы. С одной стороны, графика «Новой волны» заметно отличается от своего предшественника. С другой – она формируется в рамках тех же учебных заведений и тех же структур, что и Швейцарская школа. Фактически, «Новая волна» становится естественным продолжением Швейцарской типографики и шире – Интернационального стиля, как явление, сформированное на близких основах<sup>25 26</sup>.

Важным элементом исследования является изучение феномена спортивной обуви. Ее обозначают разными терминами: кроссовки, сникеры, кеды, тренировочные или спортивные туфли – при всем разнообразии терминов речь идет о развитии и становлении спортивной обуви. Условно, спортивную обувь принято делить на специализированную (то есть, предназначенную для занятий спортом – футбольные бутсы, беговые шиповки и т.д.) и многофункциональную (возможную для повседневного использования).

Особенность использования кроссовок в XX столетии заключается в том, что они не являются сугубо спортивной обувью и не могут рассматриваться исключительно как обувь для занятия спортом<sup>27</sup>. Кроссовки, особенно во второй половине XX века, стали частью повседневной жизни и повседневной моды. Кроссовки – часть современной культуры

---

<sup>25</sup> 黄姝妍. 瑞士设计 [M]. 三采文化出版事业有限公司, 2009. [Хуан Шуян. Швейцарский дизайн [M]. Sancai Culture Publishing Co., Ltd., 2009.]

<sup>26</sup> Васильева Е. Деконструкция и мода: порядок и беспорядок // Теория моды: одежда, тело, культура. 2018. № 4. С. 58-79.

<sup>27</sup> 林涵. 运动鞋掀起新时尚 [J]. 消费指南, 2014(5). [Лин Хан. Спортивная обувь начала новую моду [J]. Consumer Guide, 2014 (5).]

одежды и часть современного дизайна<sup>28</sup>. Их можно рассматривать как одну из важных составляющих дизайна.

Кроссовки стали одним из символов технического прогресса в обществе<sup>29</sup>. Новые технологии, новые способы обработки традиционных материалов, новые качественные характеристики сделали кроссовки одним из символов новизны<sup>30</sup>. Кроссовки были одним из знаков научно-технического прогресса, которые были доступны в быту и которые заметно изменили жизнь миллионов людей<sup>31</sup>. В силу своей доступности, кроссовки могли покупать даже люди с ограниченным достатком. Новый символ стал предметом массового интереса и массового внимания.

Развитию кроссовок способствовали не только технические новшества, но и социальные изменения в обществе<sup>32</sup>. Появлению спроса на такой вид обуви как кроссовки способствовали социальные изменения в обществе. В XIX веке возникла мода на занятия спортом и активный образ жизни. История спорта и спортивной одежды неразрывно связана с историей социальных преобразований и связана с художественным пространством<sup>33</sup>. Поэтому изучение спортивной обуви, их художественной основы и дизайн-системы представляется принципиально важным<sup>34</sup>.

---

<sup>28</sup> Кулиничева Е. Кроссовки. Культурная биография спортивной обуви. М.: Новое литературное обозрение, 2018

<sup>29</sup> 郑秀瑗.运动鞋研究概况和发展趋势[J].Sport Science Research,2009(2).[ Чжэн Сююань. Обзор и тенденция развития исследований спортивной обуви [J] .Sport Science Research, 2009 (2).]

<sup>30</sup> 陈聪.运动鞋的设计探究[J]. Science and Technology & Innovation,2015(10).[ Чен Конг.Изучение дизайна спортивной обуви [J]. Наука и технологии и инновации, 2015 (10).]

<sup>31</sup> Pattison A., Cawthorne N. A Century of Shoes: Icons of Style in the 20th Century. N.Y.: Book Sales, 1998.

<sup>32</sup> Papson S.; Goldman R. Nike Culture: The Sign of the Swoosh. London: SAGE Publications, 1998.

<sup>33</sup> Васильева Е. Деконструкция и мода: порядок и беспорядок // Теория моды: одежда, тело, культура. 2018. № 4. С. 58-79.

<sup>34</sup> Кулиничева Е. Кроссовки. Культурная биография спортивной обуви. М.: Новое литературное обозрение, 2018.