

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет искусств

Направление 072500 «Дизайн»

Магистерская программа «Графический дизайн»

Лю Цзяхуэй

**Разработка концепции дизайн-графики для виртуального путеводителя
по достопримечательностям Китая**

Выпускная квалификационная работа

Научный руководитель:

Член Союза художников России,

Член международной ассоциации

Искусствоведов (AIS: UNESCO),

Кандидат искусствоведения,

Доцент кафедры дизайна

Факультета искусств СПбГУ

Васильева Екатерина Викторовна

Руководитель графической части:

Член союза художников России,

Член союза дизайнеров России,

Доцент кафедры дизайна

Факультета искусств СПбГУ

Витковская Светлана Владимировна

Санкт-Петербург

2022

Оглавление

Введение

Глава 1. Художественные направления и визуальная программа в графике и первой половине XX века. Конструктивизм - De Stijl – Bauhaus.

- 1.1. Конструктивизм и особенности его художественной программы.
- 1.2. Новые принципы графического дизайна первых десятилетий XX века: De Stijl.
- 1.3. Художественная идея и практика Bauhaus: основы графической программы.

Глава 2. Визуальные особенности и художественная программа графического дизайна второй половины XX века.

- 2.1. Интернациональный стиль и его визуальная программа: Швейцарская школа.
- 2.2. Новая волна и особенности графики второй половины XX века.
- 2.3. Основные направления в современном дизайне: Flat design и скеоморфизм.

Глава 3. Особенности и специфика развития интернациональной туристической индустрии и рекламного туристического плаката в XX веке.

- 3.1. Развитие туризма на протяжении XIX и XX века: основа системы.
- 3.2. Основные виды туризма и их характеристика.
 - Культурный (или познавательный) туризм.
 - Экологический туризм.
 - Рекреационный туризм.
- 3.3. Интернациональный туризм как массовое явление.
- 3.4. Рекламный туристический плакат и его специфика в художественной системе XX века.

Глава 4. Описание графического проекта.

Заключение

Список литературы

Приложения:

Приложение 1. Основные образцы плакатной графики XX века, посвященной ткризму

Приложение 2. Основные образцы графического дизайна XX века

Приложение 3.

Введение

Представленный дипломный проект посвящен разработке концепции дизайн-графики виртуального путеводителя. Эта тема представляется важной как для представления отдельных территорий и памятников, так и в качестве формирования системы виртуальных путеводителей. Туризм является важным направлением развития в любой стране.¹ Он связан с обстоятельствами экономической и культурной жизни – туризм способствует установлению культурных связей и устойчивости культурного обмена.²

С несомненными сложностями туризм столкнулся в период пандемии.³ Тем не менее, туризм продолжает существовать как самостоятельная индустрия, формируя новые векторы и пути развития. Принципиально важным представляется поиск новых форм, способствующих поддержке и развитию туризма, а также идентификация новых форм и функций, связанных с туристической отраслью.

В связи с этим, такие проекты как виртуальный путеводитель представляются принципиально важным: они позволяют поддерживать старые и формировать новые формы туризма.⁴ Устойчивость этих моделей может быть поддержана за счет графического дизайна. Поэтому нам представляется принципиально важной как выбранная тема, так и обозначенная стратегия. Работа ориентирована на создание

¹ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

² 滕守尧. 知识经济时代的美学与设计[M]. 南京出版社, 2006.[Тэн Шоуяо, Эстетика и дизайн в эпоху экономики знаний [M], Nanjing Press, 2006.]

³ 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 89. [Ван Вэньюй, Исследование инновационных методов дизайна туристических культурных продуктов [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(14): 89.]

⁴ 董锦. 旅游纪念品的符号语义研究[J]. 美术大观, 2015(1). [Донг Цзинь, Исследование символической семантики туристических сувениров[J], The Grand View of Fine Arts, 2015(1).]

комплексной дизайн-графики путеводителя. Центральное внимание в этом проекте уделено формированию дизайн-системы, связанной с программой визуальной среды.

Данная работа состоит из двух основных блоков – графического проекта и теоретической части. Графическая часть представляет собой дизайн-проект виртуального путеводителя. Теоретическая часть основана на двух основных исследовательских векторах. В рамках теоретической части рассмотрены особенности развития графического дизайна XX века⁵, а также рассмотрены специфика и особенности развития интернациональной туристической индустрии и рекламного туристического плаката XX века⁶.

Теоретический раздел представляется важной программной частью проекта. В ней собран и проанализирован материал, связанный как с развитием графического дизайна XX века, так и туристической индустрии⁷. Теоретический раздел позволяет сформировать систематический подход к работе над данным дипломным проектом и формирует устойчивую исследовательскую базу графического проекта.

Цель данного проекта – формирование графической программы, связанной с разработкой визуального путеводителя. Эта графическая система может быть

⁵ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru>; Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983; Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007; Adams S., Dawson P., Foster J., Seddon T. Graphic design rules. New York: Princeton Architectural Press, 2020; Blackwell L. Twentieth-Century Type. Yale University Press, 2004; 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.

⁶ Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002; Theobald W. Global Tourism. London: Oxford, 1998; Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009; China – the new number one tourism source market in the world // World Tourism Organization. 4 April 2013; Edmondson R.; Jordan L.; Prodan A. The UNESCO Memory of the World Programme: Key Aspects and Recent Developments. Cham: Springer Nature Switzerland, 2020; Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

⁷ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

использована при подготовке различных мероприятий, связанных с туризмом.⁸Целью теоретического раздела является изучение основных направлений и школ графического дизайна XX века, а также исследование основных этапов развития интернационального и национального туризма и рекламного туристического плаката.

В рамках данного проекта могут быть реализованы следующие **задачи**:

- Изучение основных графических принципов графического дизайна XX века.
- Исследование основных направлений графического дизайна XX века.
- Изучение основных школ, связанных с развитием графического дизайна XX века.
- Изучение туризма как социального и культурного феномена.
- Исследование основных этапов формирования системы современного туризма.⁹
- Изучение и систематизация основных форм и видов туризма.
- Исследование специфики развития рекламного туристического плаката на протяжении XX века.

Предмет исследования. Предметом исследования в данной работе является графический дизайн XX века, а также система интернациональной туристической индустрии, формировавшаяся на протяжении XIX – XXI веков. В данной работе рассматривается традиция графического дизайна XX века, а также последовательность и основные направления в формировании туристической индустрии и ее рекламного сопровождения в XX столетии.

Методика исследования. Данная работа построена на систематическом изучении материала.¹⁰ При подготовке работы была рассмотрена основная аналитическая

⁸ 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 89. [Ван Вэньюй, Исследование инновационных методов дизайна туристических культурных продуктов [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(14): 89.]

⁹ 夏翔. 论当代艺术与设计的关系 [D] . 南京: 南京艺术学院, 2014: 11—15. [Ся Сян. О взаимосвязи современного искусства и дизайна [Д]. Нанкин: Нанкинский университет искусств, 2014: 11–15.]

¹⁰ 冯崇裕. 创意工具[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.[Фэн Чуньюй, Инструменты для творчества [М], Шанхай: Шанхайское народное издательство, 2010.]

литература, связанная с данными темами¹¹. В изложении и представлении материала выбран хронологический принцип подачи материала. Работа рассматривает выбранный материал в его исторической преемственности.

Актуальность исследования. В настоящий момент туризм и связанные с ним форматы представляются крайне важным направлением.¹² Прежде всего, значимым и актуальным представляется развитие туризма – как международного, так и национального. Кроме того, необходимо учитывать, что реальность последних лет – это виртуальный туризм. Это направление стремительно развивается, приобретает новые формы. В связи с этим, работа, связанная с проблемами туризма и проблемами виртуального туризма, представляется актуальной. Этот формат привлекает все больше внимания и является востребованным.

Кроме того, следует учитывать обращение к современным направлениям и формам графического дизайна.¹³ Система графического дизайна – важный инструмент представления и визуализации, который стремительно развивается в международном пространстве. Обращаясь к актуальным стратегиям графического дизайна мы, тем самым, формируем работу на основании современных востребованных графических форм.

Новизна исследования. Несмотря на очевидную актуальность, в настоящий момент количество прикладных проектов и исследований, совмещающих проблематику туризма и графического дизайна крайне невелико. Данная работа может отчасти заполнить эту лакуну, предложив исследовательский и прикладной проект, связанный с развитием дизайна и туризма.

¹¹ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983; Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007; Fiell C. Graphic Design Now. Köln: Taschen GmbH, 2006; 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.

¹² 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

¹³ 段运冬.视觉文化的“创世纪”——新媒体艺术及其对影像文化的促动[J].美术研究,2004(04):108-112.[Дуань Юньдун, «Генезис» визуальной культуры: искусство новых медиа и его продвижение в культуру изображений [J], Art Research, 2004(04):108-112.]

Возможность практического применения. Элементы данного проекта могут быть использованы в информационных и презентационных проектах, посвященных туризму или связанных с ним. В рамках подготовки данного проекта важно, что он может быть использован как в реальной, так и виртуальной среде.

Состав проекта. Данная работа состоит из двух основных блоков – теоретического раздела, где сформулированы основные положения и исследовательская программа работы, и прикладного графического проекта виртуального путеводителя. Теоретическая часть построена на изучении двух основных тем: графического дизайна XX века и формирования интернациональной туристической индустрии и ее рекламного сопровождения.

Основное содержание работы. Теоретическая часть данной работы состоит из Введения, четырех глав и Заключения.

Первая глава посвящена графическому дизайну и его визуальной практике в первой половине XX века.¹⁴ В первой главе рассмотрены такие формообразующие течения как русский Конструктивизм, De Stijl и Bauhaus.

Важным явлением в культуре первой половины XX можно считать Конструктивизм. Возникший в советской России, он оказал заметное влияние на развитие и формирование последующих художественных стилей.¹⁵ Движение отказалось от декоративной стилизации в пользу промышленных материалов. Конструктивизм был одним из художественных течений, которое рассматривало форму и изображение как воплощение идеи¹⁶.

Конструктивизм, который возник, прежде всего, как явление в архитектуре, подразумевал обращение к новому стилю и новым формам. Одна из концепций

¹⁴ 刘立宇. 新媒介与中国当代艺术变革 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 28-29.[Лю Лию. Новые медиа и трансформация китайского современного искусства [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 28-29.]

¹⁵ Lodder C. Russian Constructivism. Yale: Yale University Press, 1985.

¹⁶ 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

Конструктивизма – построение и создание нового в искусстве¹⁷. Конструктивизм как явление и как термин связан, прежде всего, с развитием архитектуры¹⁸. Конструктивизм возник как архитектурное явление – именно в области архитектуры были сформированы его основные принципы¹⁹. Тем не менее, идеи, возникшие в архитектурной среде, были реализованы и в графическом дизайне. В графике Конструктивизм предполагал последовательное использование геометрических форм и структурную композицию. Многие приемы, сформированные русскими Конструктивистами, составили основу Интернационального типографического стиля и Швейцарской школы дизайна²⁰.

Одним из наиболее важных направлений в искусстве XX века можно назвать голландское объединение De Stijl²¹. Это направление способствовало формированию новой графической программы и привело к появлению новых художественных методов, которые получили развитие в графическом дизайне второй половине XX столетия. Художественное объединение De Stijl было основано в Лейдене в 1917 году²². Идеи De Stijl сформировались под воздействием французского кубизма и под влиянием других художественных направлений, которые были ориентированы на создание декоративного абстрактного изображения.

Представители De Stijl пытались объединить геометрию и искусство. Эти идеи были направлены на создание идеальной формы и изображения²³. Тео Ван Дуйсбург ориентировался на возможности изучения математики, которую представлял себе основой искусства. Эти идеи составили основу концепции как движения De Stijl в целом, так и такого течения как «Конкретное искусство». De Stijl оказал влияние на развитие многих

¹⁷ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹⁸ Lodder C. *Russian Constructivism*. Yale: Yale University Press, 1985.

¹⁹ Фремpton К. *Современная архитектура: критический взгляд на историю развития*. М.: Стройиздат, 1990.

²⁰ Meggs P. *A History of Graphic Design*. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

²¹ Jaffé H. *De Stijl. 1917—1931. The Dutch Contribution to Modern Art*. Amsterdam: J.M. Meulenhoff, 1956.

²² White M. *De Stijl and Dutch Modernism*. Manchester: Manchester University Press, 2003.

²³ 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.

направлений в современном искусстве и дизайне, в частности, на формирование идей и методов школы Bauhaus.

Развитие графического дизайна в 1920-е – 1930-е годы было продолжено и одним из факторов формирования новой графической программы стала деятельность школы Bauhaus. Школа Bauhaus была открыта в Веймаре в 1919 году. Образовательная программа в Bauhaus состояла из теоретических курсов и работы в мастерских. Обучение начиналось с подготовительного курса и заканчивалось изучением архитектуры. Концепции Bauhaus испытали заметное влияние современных ему художественных течений и движений. В частности, заметное влияние на архитектуру, дизайн и графику Bauhaus оказал экспрессионизм. Другими важными явлениями, оказавшим влияние на развитие идей и графики Bauhaus, были русский Конструктивизм и движение De Stijl.

Новый дизайн и новая архитектура стремились к функциональности и, вместе с этим, ставили своей целью выразить идею посредством вещей²⁴. Фактически, в стенах Bauhaus сформировался принцип «форма следует за функцией», который в последующие годы будет поддержан не только в интернациональной архитектуре, но и в графическом дизайне²⁵. Этот принцип станет одной из тех идей, которые будут важны для формирования Интернациональной типографики и Швейцарской школы дизайна.

Во **Второй главе** рассмотрена специфика графического дизайна середины и второй половины XX века. Особое внимание в этом разделе уделено графике Швейцарского стиля, Новой волны и системе Flat Design. Важным направлением развития графического дизайна во второй половине XX века можно назвать Интернациональный стиль, который, как правило, связывают с развитием Швейцарской школы дизайна. Швейцарский стиль – одна из важнейших школ графического дизайна XX века²⁶. Понятие Интернациональный стиль сформировалось, прежде всего, как архитектурный термин. В 1932 году в Музее

²⁴ 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.

²⁵ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

²⁶ Hollis R. Swiss Graphic Design. The Origins and Growth of an International Style. 1920 - 1965. London: Laurence King Publishing, 2006.

современного искусства в Нью Йорке была проведена архитектурная выставка «Современная архитектура: международная выставка»²⁷.

Термин «Интернациональный стиль» объединил архитектуру, предметный дизайн и графику. В рамках этой новой интернациональной программы формировалась, в частности, Швейцарская школа графики²⁸. Швейцарский дизайн или Швейцарскую школу дизайна рассматривают как явление 1950-х – 1960-х годов²⁹. В то же время, важно понимать, что принципы Швейцарского дизайна формировались раньше, еще на протяжении первой половины XX века.

Визуальная концепция Швейцарского дизайна была основана на системе модульной сетки³⁰. Основные принципы этой системы, обозначенной еще в 1920-е годы, были сформулированы швейцарский дизайнером Йозефом Мюллер-Брокманом³¹. Он представил страницу книги, журнала или плакат как комбинацию модулей. Модульная сетка представляет собой систему вертикальных и горизонтальных линий (как правило – не печатаемых), которые определяют страницу. Это основа, которая формирует типовую систему верстки. Свои наблюдения, связанные с использованием системы модулей, Мюллер-Брокман опубликовал в книге «Модульная система в графическом дизайне»³².

Помимо системы модульной сетки, графики Швейцарской школы использовали и другие принципы. В частности, к приемам Швейцарского стиля можно отнести использование простых шрифтов, выравнивание макета по левому краю, использование пустого пространства и асимметрию³³. Важная характеристика Швейцарской школы –

²⁷ Hitchcock H-R.; Johnson P. The International Style (1932). New York: W. W. Norton & Company, 1997

²⁸ Heller S. Design and Style. Bauhaus and New Typography. Cohoes: Mohawk Papers Mills, 1992.

²⁹ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

³⁰ Лаптев В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий. М.: РИП-холдинг, 2007.

³¹ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

³² Müller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design. Teufen: Verlag A. Niggli, 1981.

³³ Woodham J. 20th Century Design. London: Gareth Stevens Pub, 2000.

работа со шрифтами³⁴. Основное внимание было уделено простым шрифтам – то есть, шрифтам без засечек.

В 1950-е – 1960-е годы Швейцарская школа установила своеобразный стандарт графического дизайна³⁵. Этот образцовый дизайн стал не только источником для развития многих последующих школ, но и точкой отсчета для новых форм дизайна³⁶. Одним из таких новых направлений стала Новая волна в графическом дизайне, основные принципы которой были сформированы в 1970-е – 1980-е годы³⁷.

Новая волна в графическом дизайне противостояла многим традиционным решениям в графике. Полагают, что на развитие Новой волны повлияли уличные и музыкальные стили, а также развитие принципов постмодернизма. Основная особенность Новой волны – работа с текстом³⁸. Мастера Новой волны изменили те правила, которые существовали в классическом дизайне. Одна из тем графиков Новой волны – проверить границы читаемости текста.

Инициатором нового течения принято считать швейцарского дизайнера Вольфганга Вайнгарта³⁹. Он сформировал новый графический стиль, главной задачей которого был нестандартный подход⁴⁰. Новую волну, созданную Вайнгартом, принято считать выступлением против корпоративной культуры и ее строгих правил⁴¹. Новый дизайн был ориентирован не столько на общепринятый стандарт, сколько на поиск новой выразительности.

В целом, можно заметить, что сложность графических элементов и композиции увеличилась с появлением и развитием Новой волны. Принцип сложности, в частности, был перенесен и в компьютерный дизайн, где он стал одним из основных приемов.

³⁴ Heiz A. Swiss Graphic Design. Berlin: Die Gestalten Verlag, 2000.

³⁵ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

³⁶ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

³⁷ Cramsie P. The Story of Graphic Design. New York: Abrams, 2010.

³⁸ Васильева Е. Идея знака и принцип обмена в поле фотографии и системе языка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2016. вып. 1. С. 4-33.

³⁹ Cramsie P. The Story of Graphic Design. New York: Abrams, 2010.

⁴⁰ Weingart W. Typography: My Way to Typography. Baden: Lars Müller Publishers, 2000.

⁴¹ Eskilson S. Graphic Design: A New History. London: Laurence King Publishing Ltd., 2007.

Представители Новой волны были одними из первых мастеров, которые обратили внимание на компьютерную графику и использовали ее в своих работах. Новая волна сформировала важные векторы развития графического дизайна последующих лет⁴².

В последние годы XX века в графическом дизайне сформировалось два основных приема: скеоморфизм и Flat design (или «плоский дизайн»)⁴³. Отчасти, их можно считать взаимоисключающими явлениями: скеоморфизм ориентирован на изображение трехмерных предметов – Flat design, наоборот, создает двухмерную картинку. Тем не менее, эти направления часто соседствовали или поддерживали друг друга.⁴⁴ И скеоморфизм, и Flat design исходили из использования объема в графическом дизайне⁴⁵.

Скеоморфизм подразумевает сходство с предметами и попытку использовать объемное изображение⁴⁶. Считается, что применение скеоморфизма в компьютерном дизайне должно было сделать изображение предметов более знакомыми. В некоторых случаях объемное изображение использовалось как способ продемонстрировать качество экрана и компьютера. Некоторые исследователи полагают, что скеоморфизм во многом облегчил восприятие компьютера⁴⁷.

⁴² Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

⁴³ 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.

⁴⁴ 王静.跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010.[Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [M]. Нова Пресс. 2010.]

⁴⁵ Sharp H.; Rogers Y; Preece J. Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction. John Wiley & Sons, 2007.

⁴⁶ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

⁴⁷ Gessler N. Skeuomorphs and Cultural Algorithms // Archived from the original on 24 June 2012.

Новым направлением в дизайне в 2000 – 2010 годы стал Flat Design (или «Плоский дизайн»)⁴⁸. Плоский дизайн предполагает использование двухмерных изображений, что легче с точки зрения дизайна и проще в техническом плане. В основу Flat Design положена последовательная, хорошо проработанная и узнаваемая художественная система, которая сформировала основу графического дизайна XX века. Это изначально позволяет рассматривать Flat Design как художественную систему, которая обладает последовательной глубокой художественной основой. Flat Design использует традиции наиболее важных изобразительных и дизайн-школ XX столетия⁴⁹.

В **Третьей главе** рассмотрены специфика и особенности развития интернациональной туристической индустрии. В настоящий момент туризмом считается любая поездка в другую страну или местность с любой целью, кроме трудоустройства⁵⁰. Принято определять различные виды туризма, среди которых обычно выделяют такие виды как познавательный-культурный, деловой, экологический, лечебно-оздоровительный, спортивный и т.д.⁵¹

Туризм как явление формировался на протяжении долгого времени.⁵² Последовательное развитие туризма и, особенно, массового туризма связывают с XX столетием⁵³. Полагают, что основные формы современного туризма связаны с традицией так называемого «Большого путешествия» (Grand Tour)⁵⁴. Обычай «Большого путешествия», который, как правило, завершал процесс образования молодых европейских аристократов, сложился еще в XVII веке.

⁴⁸ 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.

⁴⁹ 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

⁵⁰ World Tourism Organization. UNWTO Annual Report 2017. UNWTO: Madrid, 2018.

⁵¹ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

⁵² 谢朝武. “21 世纪海上丝绸之路”旅游安全风险与合作治理[J].旅游导刊 2018: 80—85. [Се Чаову «Морской Шелковый путь 21 века», риск безопасности туризма и совместное управление [J], Путеводитель 2018: 80–85.]

⁵³ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

⁵⁴ Colletta L. The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.

С появлением железнодорожного транспорта после 1825 года путешествия стали быстрее, дешевле и безопаснее. Участниками «Большого путешествия» и нарождающегося туризма стали не только аристократы, но и представители среднего класса⁵⁵. Постепенно туризм становился массовым явлением. В 1841 году было основано одно из первых туристических агентств – компания Thomas Cook & Son.

Развитие туризма во второй половине XIX века стало одним из последствий промышленной революции. Последовательное развитие туризма связано с первыми десятилетиями XX века. В 1936 году Лига Наций предложила одно из первых определений туризма. Туризм был определен как «поездка за границу на срок не менее суток»⁵⁶. В 1945 году ООН обозначила, что туристическая поездка не может продолжаться более полугода.

В настоящий момент обозначают более двух десятков наиболее заметных категорий туризма. В Третьей главе, в частности, были рассмотрены основные виды туризма, среди которых – культурный туризм, экологический туризм и рекреационный туризм.

Культурный туризм может быть определен целью поездки.⁵⁷ Культурным или познавательным туризмом называют такой вид туристической деятельности, где основной целью являются знакомство с памятниками культуры и достопримечательностями⁵⁸. Культурный туризм подразумевает, прежде всего, изучение архитектурных и археологических памятников, а также посещение музеев и выставок. Культурный туризм способствует перемещению и обмену опытом. Принято считать, что культурный туризм служит развитию и усовершенствованию культурных связей.

Одним из главных понятий, связанных с культурным туризмом является понятие культурного наследия. Это понятие было предложено ЮНЕСКО и утверждено во второй половине XX века⁵⁹. Включение в список культурного наследия ЮНЕСКО позволяет

⁵⁵ Colletta L. *The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture*. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.

⁵⁶ Jayapalan N. *Introduction To Tourism*. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

⁵⁷ 周小瓯, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

⁵⁸ Ivanovic M. *Cultural Tourism*. New York: Juta and Company Ltd, 2009.

⁵⁹ Edmondson R.; Jordan L.; Prodan A. *The UNESCO Memory of the World Programme: Key Aspects and Recent Developments*. Cham: Springer Nature Switzerland, 2020.

привлекать повышенное внимание к сохранности памятника и повышает его значение в мировом пространстве. В настоящий момент Китай занимает второе место по количеству объектов, включенных в перечень Культурного наследия ЮНЕСКО.

Экологический туризм можно разделить на две основные категории. Первое – это посещение экологически чистых и комфортных мест, посещение природы, которая сохранилась практически в первозданном виде. Второе – посещение объектов, которые считаются природными памятниками и входят в природоохранные списки. Например, в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, куда включены как культурные, так и природные объекты⁶⁰. Отличительная особенность экологического туризма – заинтересованность его участников в сохранении окружающей среды⁶¹.

Рекреационный туризм – крайне широкое понятие. Сюда относят крайне широкий спектр мероприятий – от непродолжительных выездов на природу до медицинского туризма. Традиционно рекреационный туризм определяют как перемещение людей с целью отдыха и восстановления физических сил⁶². Часто этот вид туризма связан с посещением рекреационных зон, а также санаториев, спа-курортов и оздоровительных центров. В некоторых случаях, оздоровительные прогулки, игры и упражнения также относят к рекреационному туризму. Оздоровительный туризм, в силу широких возможностей считается одной из наиболее привлекательных и наиболее доходных форм туризма. Оздоровительный туризм носит массовый характер. Это позволяет привлекать в регион крупные средства., что способствует развитию той или иной территории.

Далее в Третьей главе рассмотрен феномен интернационального массового туризма. На протяжении XX столетия важным явлением стал интернациональный туризм⁶³. Это явление получило на протяжении всего столетия и особенно второй его половины, когда количественные показатели массового туризма выросли и международный туризм приобрел массовый характер.

Интернациональный (или международный) туризм – это туризм, который предполагает пересечение национальных и государственных границ. Стремительное

⁶⁰ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

⁶¹ Burger J. Landscapes, tourism, and conservation // Science of the Total Environment. 2000. № 249 (1–3). P. 39–49

⁶² Мирошникова И. Рекреационный Туризм. СПб: СПбГУПТД, 2017. С. 361–363.

⁶³ Theobald W. Global Tourism. London: Oxford, 1998.

развитие международного туризма стала возможна благодаря двум основным процессам – это развитие транспортной системы и процесс глобализации.

Важно отметить, что международный туризм, а также туризм, связывающий Россию и Китай, носит массовый характер.⁶⁴ Здесь мы можем говорить о развитии еще одного важного явления XX века – массового туризма⁶⁵. Массовый туризм предполагает рост численности перемещений, а также – включение в туристический обмен более широких социальных слоев.

В развитии массового туризма можно обозначить множество позитивных черт. Например, это возможность знакомится с обычаями и культурой других стран. В этом смысле, массовый туризм носит образовательный характер. Массовый туризм способствует лучшему пониманию между народами. Люди, которые много путешествуют способны лучше понять культуру других стран и народов. Международный туризм способствует поддержке межнациональных связей и культурных контактов. Интернациональный туризм способствует общению и помогает поддерживать дружбу между народами.

В заключительной части третьей главы исследуются особенности развития рекламного сопровождения туристической отрасли на протяжении XX столетия. В первую очередь, речь идет о рекламном туристическом плакате. Это – основная визуальная форма, представлявшая новые туристические направления и новые возможности туризма. Развитие визуальной традиции туристического рекламного плаката тесно связано с историей графического дизайна XX века.

Распространение рекламного плаката для индустрии путешествий особенно активно происходило в первой половине XX столетия. Это связано с развитием транспорта и запуском новых трансатлантических линий между Европой и Америкой (океанские лайнеры и авиаперелеты)⁶⁶. А также с появлением новых железнодорожных маршрутов в Европе и США и развитием системы скоростных поездов дальнего следования.

⁶⁴ 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 89. [Ван Вэньюй, Исследование инновационных методов дизайна туристических культурных продуктов [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(14): 89.]

⁶⁵ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

⁶⁶ Coleman T. The liners: a history of the North Atlantic crossing. Harmondsworth: Penguin Books, 1977

Рекламные постеры этого периода, в первую очередь, были посвящены новым транспортным направлениям и новым возможностям для скоростного перемещения. Ярким примером таких рекламных плакатов могут служить работы известного французского графика Адольфа Кассандра. Среди множества плакатов Кассандра одними из самых известных являются работы для рекламной кампании нового океанского лайнера «Нормандия» и скоростной линии железной дороги «Северный Экспресс» (Nord Express)⁶⁷.

В конце 30-х годов были запущены сразу нескольких трансатлантических авиационных маршрутов, которые соединили Европу и Америку⁶⁸. Пионером стала немецкая авиакомпания Lufthansa, самолет которой совершил первый коммерческий перелет через Атлантический океан в 1938 году. Развитие пассажирских авиарейсов между странами и континентами было прервано событиями Второй мировой войны.

После ее окончания, особенно в 50-60-е годы, этот процесс приобрел широкомасштабный характер. Рекламные плакаты авиакомпаний часто использовали темы и визуальные мотивы экзотических стран и новых туристических направлений. Таким образом, в 50-60-годы XX века реклама новых транспортных маршрутов и новых возможностей для туризма оказались тесно связаны. Например, это рекламные плакаты авиакомпаний Pan American и TWA (США), KLM (Нидерланды), SAS (Швеция), Air France (Франция), Alitalia (Италия) и многих других. Важный сюжет в истории развития туристического плаката – фирменный стиль и рекламные плакаты для авиакомпании Lufthansa, которые создавал Отто Айхер, известный немецкий графический дизайнер и представитель Ульмской школы дизайна⁶⁹.

Во второй половине XX столетия характерным явлением стали маркетинговые и рекламные кампании различных стран и городов, направленные на улучшение имиджа и привлечения туристов.⁷⁰ Один из классических примеров – это рекламная кампания Нью-Йорка, проведенная властями города в 1977 году. Самым известным элементом этой рекламной кампании стал знаменитый логотип «Я люблю Нью-Йорк» (I love NY),

⁶⁷ Brown R. The poster art of A. M. Cassandre. New York: Dutton, 1979.

⁶⁸ Сытин Л. Е., Каторин Ю.Ф., Волковский Н.Л. Все об авиации. Большая энциклопедия. М.: АСТ, 2018

⁶⁹ Da Silva P., Otávio R. 421 Plakate der Hochschule für Gestaltung Ulm. Ulm und Münster: Klemm u. Oelschläger Verlag, 2010

⁷⁰ 董锦. 旅游纪念品的符号语义研究[J]. 美术大观, 2015(1). [Донг Цзинь, Исследование символической семантики туристических сувениров[J], The Grand View of Fine Arts, 2015(1).]

придуманный Милтоном Глейзером, одним из представителей Нью-Йоркской школы графического дизайна⁷¹.

В четвертой главе представлено описание графического проекта.

⁷¹ Chwast S. The Push Pin Graphic, A Quarter Century of Innovative Design and Illustration. San Francisco: Chronicle Books, 2004

Глава 1. Художественные направления и визуальная программа

в графике и первой половине XX века.

Конструктивизм - De Stijl – Bauhaus

Задача данного раздела – рассмотреть развитие графической системы на протяжении первой половины XX столетия. Такое направление исследования представляется важным, поскольку именно графическая система первой половины XX века является той основой, на базе которой сформировались основные направления графического дизайна второй половины XX века⁷². Данное направление исследования поддерживает несколько тематических векторов.

Прежде всего, нам важно рассмотреть развитие графической программы первой половины XX столетия⁷³. Графический дизайн первой половины века определил развитие дизайна на протяжении всего столетия, сформировав основу современного понимания дизайна. Поэтому в рамках данного раздела основное внимание будет уделено таким художественным течениям как Конструктивизм, De Stijl и Bauhaus⁷⁴.

С другой стороны, нас интересуют направления и течения, которые не только сформировали визуальную основу первой половины XX столетия, но и активно поддерживали развитие темы путешествий и туристического плаката. К таким

⁷² 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна». Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

⁷³ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

⁷⁴ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard.
<https://bb.spbu.ru>

направлениям, в частности, можно было бы отнести графику Art Deco⁷⁵, в рамках которой последовательно была представлена тема туризма и путешествий. Тем не менее, в центре внимания данного раздела – развитие графической программы и формирование визуальных приемов, которые определили развитие графического дизайна всего XX века.

1.1. Конструктивизм и особенности его художественной программы

Важным явлением в культуре первой половины XX можно считать Конструктивизм.⁷⁶ Возникший в советской России, он оказал заметное влияние на развитие и формирование последующих художественных стилей.⁷⁷ Движение отказалось от декоративной стилизации в пользу промышленных материалов. Конструктивизм был одним из художественных течений, которые рассматривали форму и изображение как воплощение идеи⁷⁸. Принято считать, что возникновение Конструктивизма тесно связано с Супрематизмом – еще одним художественным движением, которое возникло в России⁷⁹.

Также полагают, что термин Конструктивизм был впервые использован Казимиром Малевичем.⁸⁰ Тем не менее, распространение он получил в трудах по архитектуре после публикации книги Алексея Гана «Конструктивизм».⁸¹ Следует обратить внимание, что конструктивизм как термин и явление сформировался, прежде всего, в сфере архитектуры. Изначально речь шла о создании архитектурных проектов и трехмерных конструкций. Считается, что группа конструктивистов сформировалась в Институте художественной

⁷⁵ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

⁷⁶ 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна]. Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

⁷⁷ Lodder C. Russian Constructivism. Yale: Yale University Press, 1985.

⁷⁸ 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

⁷⁹ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

⁸⁰ Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007.

⁸¹ Ган А. Конструктивизм. Тверь: Тверское издательство, 1922.

культуры в Москве около 1922 года. В состав первой рабочей группы конструктивистов входили Александр Веснин, Александр Родченко, Любовь Попова, Варвара Степанова, а также теоретики: Алексей Ган, Борис Арватов и Осип Брик.⁸²

Конструктивизм, который возник, прежде всего, как явление в архитектуре, подразумевал обращение к новому стилю и новым формам. Одна из концепций Конструктивизма – построение и создание нового в искусстве⁸³. Эта идея была распространена в художественных течениях XX века – в частности, в таких движениях как фовизм, кубизм, футуризм. Но в таких направлениях как Супрематизм и Конструктивизм эти идеи приобрели особое значение. Концепции Конструктивизма подразумевали использование новых решений и форм.

Если говорить об архитектуре, Конструктивизм представил целый набор новых приемов. Среди них можно назвать такие решения как экранные стены, ленточные окна, точечные опоры. Одной из главных идей конструктивизма было отсутствие декоративного орнамента. Конструктивизм в архитектуре ориентировался на новый минималистический стиль, который стал одним из направлений развития дизайна XX века.⁸⁴ Важными представителями русского конструктивизма можно назвать таких мастеров как Леонид, Виктор и Александр Веснины, Моисей Гинзбург, Давид Кричевский и другие.

Конструктивизм как явление и как термин связан, прежде всего, с развитием архитектуры⁸⁵. Конструктивизм возник как архитектурное явление – именно в архитектуре были сформированы его основные принципы⁸⁶. Тем не менее, идеи, возникшие в архитектурной среде, были реализованы и в графическом дизайне. В графике Конструктивизм предполагал последовательное использование геометрических форм и структурную композицию. Многие приемы, сформированные русскими

⁸² 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

⁸³ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

⁸⁴ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужуи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

⁸⁵ Lodder C. Russian Constructivism. Yale: Yale University Press, 1985.

⁸⁶ Фремpton К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития. М.: Стройиздат, 1990.

Конструктивистами, составили основу Интернационального типографического стиля и Швейцарской школы дизайна⁸⁷.

Одна из наиболее востребованных форм в графике русского Конструктивизма – это плакат⁸⁸. Конструктивизм в графике исходил из важности инженерных и конструктивных приемов в изображении⁸⁹. Была создана универсальная программа, свойственная для всех направлений графики. Конструктивизм в графике подразумевал инженерный расчет. Плакат русского Конструктивизма условно можно разделить на несколько направлений: агитационный плакат, рекламный плакат, плакат для театра и кино.

Агитационный плакат был связан с такой организацией как «Окна РОСТА». Это объединение возникло в 1919 году на базе Русского телеграфного агентства⁹⁰. Плакаты «Окон РОСТА» были посвящены важным событиям того времени, преследуя такие цели как информирование и агитация. В формате агитационного плаката работали такие мастера как Михаил Черемных, Дмитрий Орлов (Моор), Павел Соколов-Скаля, Владимир Лебедев и другие художники.

Развитие коммерческого или рекламного плаката было связано с началом Новой экономической политики в СССР в 1921 году⁹¹. В 1920-е годы было создано объединение реклам-конструкторов. «Реклам-конструкторами» называли творческий союз Александра Родченко и Владимира Маяковского. Эти художники создали серию рекламных плакатов, которые последовательно использовали элементы нового конструктивистского стиля.

Кинематографический плакат был связан с именами таких графиков как братья Стенберги, Александр Родченко и Густав Клуцис. В своих работах для кинематографа они использовали принципы новой графики⁹². При создании киноплакатов также использовались новые техники. Советский киноплакат считается одним из наиболее ярких

⁸⁷ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

⁸⁸ Бархатова Н. Конструктивизм в советском плакате. М.: Контакт-культура, 2005.

⁸⁹ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

⁹⁰ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4-6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

⁹¹ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

⁹² Бархатова Н. Конструктивизм в советском плакате. М.: Контакт-культура, 2005.

примеров графического Конструктивизма и образцом использования новых принципов графики в дизайне⁹³.

Особенностью плаката русского Конструктивизма является не только использование новых графических схем, но и техник. Важная характеристика конструктивистского плаката – использование фотографии и техники коллажа. Фотография в плакате русского Конструктивизма присутствует одновременно с рисованной иллюстрацией или вытесняет ее. Например, фотографию в плакате активно использовал Александр Родченко.

Помимо этого, в конструктивистском плакате последовательно применялась техника коллажа. Этот прием находит свои параллели в работах немецких экспрессионистов⁹⁴. Особенность русского Конструктивизма – использование коллажа в массовом плакате. Применение этой техники будет продолжено в графическом дизайне в последующие десятилетия.

Конструктивизм как творческий метод нашел свое продолжение в графике середины и второй половина XX века.⁹⁵ Под влиянием идей Конструктивизма сложились такие направления как Интернациональная типографика, Швейцарская школа, Японский дизайн или феномен Деконструкции в прикладном искусстве, дизайне и архитектуре⁹⁶. Как полагают, Конструктивизм оказал заметное влияние на современную компьютерную графику – в частности, на систему Flat Design⁹⁷.

⁹³ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

⁹⁴ 夏翔. 论当代艺术与设计的关系 [D]. 南京: 南京艺术学院, 2014: 11–15. [Ся Сян. О взаимосвязи современного искусства и дизайна [Д]. Нанкин: Нанкинский университет искусств, 2014: 11–15.]

⁹⁵ 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010. [Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [М]. Нова Пресс. 2010.]

⁹⁶ Васильева Е. Деконструкция и мода: порядок и беспорядок // Теория моды: одежда, тело, культура. 2018. № 4. С. 58-79/

⁹⁷ 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.

1.2. Новые принципы графического дизайна первых десятилетий XX века: De Stijl

Одним из наиболее важных направлений в искусстве XX века можно назвать голландское объединение De Stijl⁹⁸. Это течение способствовало формированию новой графической программы и привело к развитию новых художественных методов, которые получили развитие в графическом дизайне второй половины XX столетия⁹⁹.

Художественное объединение De Stijl было основано в Лейдене в 1917 году¹⁰⁰. Идеи De Stijl сформировались под воздействием французского кубизма и под влиянием других направлений, которые были ориентированы на создание декоративного абстрактного изображения. Важным моментом в формировании художественного метода De Stijl было появление в 1918 году программной теоретической работы «После кубизма», написанной Амаде Озанфаном и Ле Корбюзье¹⁰¹. В этой работе были обозначены основные перспективы развития искусства в новых условиях. Опыт кубизма обозначил возможные перспективы развития De Stijl как направления, связанного с беспредметным абстрактным искусством.

Также на идеи De Stijl оказали заметное влияния концепции, объединившие математику, философию и теологию¹⁰². Эти концепции были поддержаны такими художниками как Тео Ван Дуйсбург и Пит Мондриан. Они формировали цельную систему, которая могла соединить инженерный расчет, идеи и дизайн¹⁰³.

⁹⁸ Jaffé H. De Stijl. 1917—1931. The Dutch Contribution to Modern Art. Amsterdam: J.M. Meulenhoff, 1956.

⁹⁹ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

¹⁰⁰ White M. De Stijl and Dutch Modernism. Manchester: Manchester University Press, 2003.

¹⁰¹ Janssen H.; White M. The Story of De Stijl. Lund: Lund Humphries, 2011.

¹⁰² 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁰³ Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007.

Тео Ван Дуйсбург стремился объединить искусство и геометрию. Одно из важных решений, предложенных Ван Дуйсбургом – диагональное расположение. Его Ван Дуйсбург называл «контракомпозицией». Этот изобразительный диагональный принцип активно применялся в графическом дизайне и плакатной графике на протяжении последующих лет¹⁰⁴. Около 1917 года Тео Ван Дуйсбург издавал журнал «De Stijl», где были изложены основные идеи нового художественного движения.

В 1930 году Тео Ван Дуйсбург пытался издавать журнал «Art Concret», но проект оказался неудачным: был опубликован только один номер. Концепции «конкретного искусства» также пытались объединить изображение и математику. «Конкретное искусство», как и De Stijl, пыталось объединить геометрию и искусство. Эти идеи были направлены на создание идеальной формы и изображения¹⁰⁵. Тео Ван Дуйсбург ориентировался на возможности изучения математики, которую представлял себе основой искусства. Эти идеи составили основу концепции как движения De Stijl, так и «Конкретного искусства».

Другим важным представителем De Stijl можно назвать Пита Мондриана¹⁰⁶. Он родился и вырос в Амстердаме, после 1917 года став участником группы De Stijl. Общение с единомышленниками позволило Мондриану развить свой собственный метод. В 1919 году он начинает создавать картины, основанные на принципах геометрических модулей¹⁰⁷. Этот графический метод оказал принципиальное влияние не только на формирование абстрактной живописи, но также на развитие графического дизайна¹⁰⁸. В

¹⁰⁴ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁰⁵ 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.

¹⁰⁶ Blotkamp C. Mondrian: The Art of Destruction. London: Reaction Books, 1995.

¹⁰⁷ Jaffé H. De Stijl. 1917—1931. The Dutch Contribution to Modern Art. Amsterdam: J.M. Meulenhoff, 1956.

¹⁰⁸ 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна]. Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

последствии, модульная система, использованная Мондрианом в живописи, станет важной основой для создания концепции модульной сетки в графическом дизайне¹⁰⁹.

К 1921 году графический стиль Пита Мондриана окончательно сформировался. Его картины – это комбинации черных линий, пересечение которых образует свободные поля. Эти плоскости не равны между собой по размеру, и они окрашены в разные цвета. Как следствие, возникает ритм, который поддержан цветовым делением. Варианты этого метода Мондриан продолжал использовать до самой смерти в 1944 году. Цвет и геометрия стали основой его творчества и в Парижский период (1918-1938), и во время его пребывания в Лондоне и Нью-Йорке (1938 -1944).

Работы Пита Мондриана, как и деятельность группы De Stijl, оказали принципиальное влияние на формирование концепции современного искусства и дизайна¹¹⁰. Геометрия, использование принципов сетки, идея Модулей были поддержаны и получили развитие в графике всего XX века¹¹¹. В некоторых случаях, графику Мондриана соотносят с концепцией модульных сеток Йозефа Мюллер-Брокмана, которая была реализована в графическом дизайне. De Stijl оказал влияние на развитие многих направлений в искусстве, в частности, на формирование идей и методов школы Bauhaus¹¹².

1.3. Художественная идея и практика Bauhaus: основы графической программы

Развитие графического дизайна в 1920-е – 1930-е годы было продолжено. Одним из важных факторов формирования новой графической программы стала деятельность

¹⁰⁹ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹¹⁰ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

¹¹¹田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

¹¹²王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

школы Bauhaus. Предысторию школы, которая открылась в Веймаре в 1919 году, связывают с первыми годами XX века и личностью Анри Ван де Вельде¹¹³. В 1902 году он основал «Семинар по искусствам и ремеслам», а в 1907 году открыл в Веймаре Институт, который стал прообразом будущего Bauhaus¹¹⁴.

Школа Bauhaus была открыта в Веймаре в 1919 году¹¹⁵. Директором школы был назначен Вальтер Гропиус, который работал вместе с Ван де Вельде и считался его учеником. В течении нескольких последующих лет Гропиус пригласил к участию в преподавании таких специалистов как Йоханнес Иттен (1919), Лионель Файнингер (1919), Оскар Шлеммер (1921), Пауль Клее (1921) и Василий Кандинский (1922). В начале 1920-х годов в школе сформировался основной круг преподавателей¹¹⁶.

Образовательная программа в Bauhaus состояла из теоретических курсов и практической работы в мастерских. Обучение начиналось с подготовительного курса и заканчивалось изучением архитектуры¹¹⁷. Также в школе изучали основы ремесла и доиндустриальные методы производства. Этот интерес к ремеслу связывал Bauhaus не только с ремесленной традицией, но и с английским течением «Движение искусств и ремесел»¹¹⁸.

Концепции Bauhaus испытали заметное влияние современных ему течений и движений. В частности, значительное влияние на архитектуру, дизайн и графику Bauhaus оказал экспрессионизм. Другими важными явлениями, оказавшим влияние на развитие идей и графики Bauhaus, был русский Конструктивизм и движение De Stijl. Важным участником образовательного процесса в Bauhaus можно считать Тео Ван Дуйсбурга. Вальтер Гропиус приглашал его вести отдельные курсы. Исследователи полагают, что использование геометрической основы, а также появление таких элементов как диагональная композиция, могут быть связаны с работами Тео Ван Дуйсбурга.

¹¹³ Meyer U. Bauhaus. München: Prestel, 2006.

¹¹⁴ Fiedler J., Peter Feierabend P. Bauhaus. Köln: Könemann, 1999.

¹¹⁵ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹¹⁶ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹¹⁷ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

¹¹⁸ Triggs T., Lovell O. The Arts & Crafts Movement. New York: Parkstone International, 2014/

Приемы De Stijl в дизайне и архитектуре Bauhaus были реализованы в 1920-е годы, когда ученики школы принимали активное участие в строительстве и оформлении жилого комплекса Am Horn.¹¹⁹ Жилой комплекс был построен по проекту архитектора Адольфа Майера, который в эти годы начал вести классы архитектуры в Bauhaus. Am Horn считается одним из первых проектов, где на практике были реализованы идеи Bauhaus и где были сформированы как архитектурные элементы, так и дизайн интерьеров¹²⁰. В комплексе Am Horn были продуманы решения и дизайн внутренних помещений, а также графические решения элементов здания.

С 1925 года в Bauhaus начал преподавать Ласло Мохой-Надь¹²¹. Круг его интересов был связан с графикой, фотографией и полиграфией. Он был организатором нескольких выставок и создателем нескольких книг, посвященных новым видам графики и новым видам искусств. В школе Bauhaus Мохой-Надь вел курс фотографии. Разработанные им приемы и методы, с одной стороны, находили параллели в актуальных формах графики и фотографии того времени, а с другой стороны – сформировали представления о новой графике и фотографии¹²².

В 1925 году в Дессау по проекту Вальтера Гропиуса было построено новое здание Bauhaus и школа переехала на новое место¹²³. Новое здание было значительно просторнее предыдущего, в нем были предусмотрены помещения для новых мастерских, где ученикам было предложено современное оборудование. Это привело к появлению новых проектов. В частности, в Bauhaus начали создавать мебель из металлических трубок. Эта

¹¹⁹ 王静.跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010 .[Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [M]. Нова Пресс. 2010 .]

¹²⁰ Фремpton К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития. М.: Стройиздат, 1990.

¹²¹ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹²² 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹²³ Meyer U. Bauhaus. München: Prestel, 2006.

новейшая на тот момент технология была использована такими мастерами как Марсель Бройер¹²⁴ и Людвиг Мис Ван Дер Роэ.

Несколько лет спустя, в 1928 году, Вальтер Гропиус был уволен с поста директора школы. Его место занял немецкий архитектор Ханс Майер. Он обозначил новый лозунг – «потребности людей вместо роскоши». Эта идея не только сформировала принципы функционализма, но и придала дополнительный импульс последующему развитию архитектуры и дизайна¹²⁵. Новый дизайн и новая архитектура стремились к функциональности и, вместе с этим, старались выразить идею посредством вещей¹²⁶.

Фактически, в стенах Bauhaus сформировался принцип «форма следует за функцией», который в последующие годы будет поддержан не только в интернациональной архитектуре, но и в графическом дизайне¹²⁷. Этот принцип станет одной из тех идей, которые будут важны для формирования Интернациональной типографики и Швейцарской школы дизайна.

В начале 1930-х годов новым директором Bauhaus стал известный архитектор Людвиг Мис Ван Дер Роэ. Он пытался придать деятельности школы более коммерческий характер и ориентировался на интернациональный опыт нового дизайна¹²⁸. В это же время школа была вынуждена переехать в Берлин. Тем не менее, после прихода к власти национал-социалистов в 1933 году, школа была закрыта¹²⁹.

Bauhaus оказал принципиальное влияние на развитие архитектуры, новых визуальных форм, предметного и графического дизайна XX века¹³⁰. Многие концепции,

¹²⁴ Woodham J. Breuer, Marcel // A Dictionary of Modern Design. London: Oxford University Press, 2005.

¹²⁵ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹²⁶ 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.

¹²⁷ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

¹²⁸ Фремpton К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития. М.: Стройиздат, 1990.

¹²⁹ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

¹³⁰ Fiedler J., Peter Feierabend P. Bauhaus. Köln: Könemann, 1999.

созданные в области архитектуры, в последующие годы были реализованы в сфере графического дизайна. Кроме того, опираясь на опыт и практику русского Конструктивизма и движения De Stijl, в сфере графики Bauhaus сформировал новые принципы графического изображения¹³¹. Bauhaus использовал геометрические принципы изображения и стал одним из инициаторов последовательного применения простых шрифтов без засечек.

Представления о новой графике и ее возможностях, во многом, были связаны с традицией Bauhaus¹³². Многие из элементов новой графики и новой типографики сформировались в проектах Bauhaus и впоследствии были реализованы в рамках Интернационального типографического стиля¹³³. Bauhaus сформировал важную основу тех идей, которые будут реализованы во второй половине XX века, в частности – в системе компьютерного дизайна¹³⁴.

¹³¹ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹³² 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010 .[Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [M]. Нова Пресс. 2010 .]

¹³³ 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна». Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

¹³⁴ 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.

Глава 2. Визуальные особенности и художественная программа графического дизайна второй половины XX века

В рамках данного раздела будут рассмотрены основные направления в графическом дизайне второй половины XX века. Работая над графическим проектом и представляя современные графические формы, нам представляется важным обозначить их традицию, проследить основные источники и векторы формирования современной дизайн-практики. Элементы современного дизайна формировались на протяжении всего XX века¹³⁵. В предыдущей главе были рассмотрены основные направления и векторы развития дизайна первой половины XX века¹³⁶.

В рамках данного раздела мы рассматриваем основные графические программы второй половины XX века¹³⁷. Наше внимание будет сосредоточено на тех основных направлениях графического дизайна, развитие которых привело к формированию современной графической системы.¹³⁸ Важнейшим направлением в данном случае будут Интернациональный типографический стиль и Швейцарская типографика, визуальная

¹³⁵ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

¹³⁶ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹³⁷ 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна]. Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

¹³⁸ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

практика которых привела к формированию современного дизайна, в частности – современного компьютерного дизайна¹³⁹.

2.1. Интернациональный стиль и его визуальная программа:

Швейцарская школа

Важным направлением развития графического дизайна во второй половине XX века можно назвать Интернациональный стиль, который, как правило, связывают с развитием Швейцарской школы дизайна¹⁴⁰. Швейцарский стиль – одна из важнейших школ графического дизайна XX века¹⁴¹. Прежде чем обратиться к специфике Швейцарской школы, необходимо обозначить основные понятия¹⁴². Важно обратить внимание на близость таких терминов как Интернациональный стиль и Интернациональный типографический стиль¹⁴³. Эти явления близки, и, в то же время, между ними существуют различия. Обозначим специфику этих терминов.

Понятие Интернациональный стиль сформировалось, прежде всего, как архитектурный термин. В 1932 году в Музее современного искусства в Нью Йорке была проведена программная архитектурная выставка «Современная архитектура:

¹³⁹ 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.

¹⁴⁰ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.

¹⁴¹ Hollis R. Swiss Graphic Design. The Origins and Growth of an International Style. 1920 - 1965. London: Laurence King Publishing, 2006.

¹⁴² 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁴³ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

международная выставка»¹⁴⁴. В этой выставке приняли участие ведущие архитекторы своего времени – в частности, Вальтер Гропиус, Ле Корбюзье, Людвиг Мис Ван Дер Роэ и др. Многие из этих мастеров были связаны с традицией Bauhaus.

На выставке 1932 года были собраны самые актуальные архитектурные проекты, которые демонстрировали новые принципы архитектуры¹⁴⁵. Эти принципы, в свою очередь, были связаны с идеями, которые формировались в рамках русского Конструктивизма и в школе Bauhaus. Основными направлениями нового стиля были обозначены: создание пространства и объема, редуцирование элементов классической архитектуры, исчезновение симметрии и орнамента.

Выставка «Интернациональный стиль» дала толчок не только к развитию архитектуры, но и новых идей в дизайне.¹⁴⁶ Принципы Интернационального стиля были использованы в дизайне интерьеров, мебели, предметном дизайне и т.д.

Интернациональный стиль стал общей идеей, в рамках которого формировались основные принципы современного дизайна. Одним из таких принципов было представление об идеальной форме, которая возможна в архитектуре и дизайне¹⁴⁷.

Термин Интернациональный стиль объединил архитектуру, предметный дизайн и графику. В рамках этой новой интернациональной программы формировалась, в частности, Швейцарская школа графики¹⁴⁸. Она также получила обозначение Интернациональный стиль или Интернациональный типографический стиль.

¹⁴⁴ Hitchcock H-R.; Johnson P. The International Style (1932). New York: W. W. Norton & Company, 1997

¹⁴⁵ Фремpton К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития. М.: Стройиздат, 1990.

¹⁴⁶ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

¹⁴⁷ 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.

¹⁴⁸ Heller S. Design and Style. Bauhaus and New Typography. Cohoes: Mohawk Papers Mills, 1992.

Швейцарский дизайн или Швейцарскую школу дизайна рассматривают как явление 1950-х – 1960-х годов¹⁴⁹. В то же время, важно понимать, что принципы Швейцарского дизайна формировались на протяжении всей первой половины XX века. Многие идеи были обозначены русскими конструктивистами и мастерами школы Bauhaus¹⁵⁰. В 1920-е годы в Швейцарии работал немецкий график Ян Чихольд¹⁵¹. Ему приписывают коренные изменения принципов верстки и внешнего облика книги¹⁵². Эти элементы были положены в основу будущего швейцарского стиля.

Система Швейцарского дизайна была основана на внедрении модульной сетки¹⁵³. Основные принципы этой системы, обозначенные еще в 1920-е годы, были сформулированы швейцарским дизайнером Йозефом Мюллер-Брокманом¹⁵⁴. Он представил страницу книги, журнала или плакат как комбинацию модулей. Модульная сетка определяет внешний вид будущего макета, разделяя страницу на сектора. Сетка определяет зоны, где будут размещены тексты, изображения и заголовки¹⁵⁵.

Модульная сетка представляет собой систему вертикальных и горизонтальных линий (как правило – не печатаемых), которые определяют страницу верстки. Это – математически рассчитанная основа, которая формирует типовую систему верстки. Она создает шаблон для размещения текстового и иллюстративного материала на полосе. В рамках этого шаблона представляется возможным создавать различные графические

¹⁴⁹ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹⁵⁰ 夏翔. 论当代艺术与设计的关係 [D]. 南京: 南京艺术学院, 2014: 11–15. [Ся Сян. О взаимосвязи современного искусства и дизайна [Д]. Нанкин: Нанкинский университет искусств, 2014: 11–15.]

¹⁵¹ Чихольд Я. Новая типографика (1928). М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2011.

¹⁵² Чихольд Я. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике (1951). М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2008.

¹⁵³ Лаптев В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий. М.: РИП-холдинг, 2007.

¹⁵⁴ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

¹⁵⁵ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

проекты. Свои наблюдения, связанные с применением системы модулей, Мюллер-Брокман опубликовал в своей книге «Модульная система в графическом дизайне»¹⁵⁶.

Помимо системы модульной сетки, графики Швейцарской школы использовали и другие принципы. В частности, к приемам Швейцарского стиля можно отнести применение простых шрифтов, выравнивание макета по левому краю, внедрение такого элемента как пустое пространство и асимметрию¹⁵⁷.

Одной из важных особенностей стало последовательное использование фотографии в графическом дизайне. Попытки сделать фотографию (а не иллюстрацию) основным графическим материалом предпринимали еще Конструктивисты и представители школы Bauhaus¹⁵⁸. Мастера Швейцарской школы использовали фотографию не как экспериментальный, а как основной графический материал. Фотография, в частности, стала основным иллюстративным материалом в работах швейцарского графика Йозефа Мюллер-Брокмана¹⁵⁹.

Важная характеристика Швейцарской школы – это работа со шрифтами¹⁶⁰. Представители Швейцарской школы считали шрифт важной основой графики. Основное внимание было уделено простым шрифтам – то есть, шрифтам без засечек. Была преобразована группа шрифтов, которая получила название Helvetica. Это наименование использовало старое название Швейцарии – «Гельвеция». Представителями Швейцарской школы также были созданы многие новые шрифты¹⁶¹.

Швейцарская школа (или Интернациональный стиль) обладала большим значением для развития графического дизайна последующих десятилетий. Принципы, сформированные Швейцарской школой, получили распространение как в дизайне 1960-х – 1970-х годов, так и в более позднее время. Полагают, что система современного дизайна

¹⁵⁶ Müller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design. Teufen: Verlag A. Niggli, 1981.

¹⁵⁷ Woodham J. 20th Century Design. London: Gareth Stevens Pub, 2000.

¹⁵⁸ Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007.

¹⁵⁹ Hollis R. Swiss Graphic Design. The Origins and Growth of an International Style. 1920 - 1965. London: Laurence King Publishing, 2006.

¹⁶⁰ Heiz A. Swiss Graphic Design. Berlin: Die Gestalten Verlag, 2000.

¹⁶¹ 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010. [Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [M]. Нова Пресс. 2010.]

– в частности, компьютерного дизайна сформировалась под воздействием Швейцарской школы¹⁶².

2.2. Новая волна и особенности графики второй половины XX века

В 1950-е – 1960-е годы Швейцарская школа установила своеобразный стандарт графического дизайна¹⁶³. Этот образцовый дизайн стал не только источником для развития многих последующих школ, но и точкой отсчета для новых форм дизайна¹⁶⁴. Одним из таких новых направлений стала Новая волна в графическом дизайне, основные принципы которой были сформированы в 1970-е – 1980-е годы¹⁶⁵.

Новая волна в графическом дизайне противостояла многим традиционным решениям в графическом дизайне – прежде всего, тем, которые были сформированы в рамках Швейцарской школы¹⁶⁶. С одной стороны, Новая волна сопротивлялась строгости, сдержанности и минималистическому характеру Швейцарского дизайна¹⁶⁷. С другой стороны, речь шла о сознательном нарушении сложившихся правил: принципов модульной сетки, стандарту межстрочных интервалов, унифицированному расстоянию между буквами, однотипности и простоте шрифтов.

Полагают, что на развитие Новой волны повлияли уличные и музыкальные стили, а также развитие принципов постмодернизма. Одна из обсуждаемых проблем – отношение

¹⁶² 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.

¹⁶³ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

¹⁶⁴ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹⁶⁵ Cramsie P. The Story of Graphic Design. New York: Abrams, 2010.

¹⁶⁶ Heiz A. Swiss Graphic Design. Berlin: Die Gestalten Verlag, 2000.

¹⁶⁷ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

Новой волны к практике швейцарской школы¹⁶⁸. Новая волна нарушала многие стандартные принципы Швейцарского дизайна и, в то же время, обращалась к ним и использовала их как элементы нового стиля. Новая волна нарушала принцип единообразия шрифтов и, в то же время, отдавала предпочтение шрифтам без насечек. Принцип модулей не соблюдался, и, в то же время, выступал как основная идеологическая рамка. Поля модулей могли быть заполнены при этом достаточно хаотично.

Основная особенность Новой волны – работа с текстом¹⁶⁹. Мастера Новой волны изменили те правила, которые существовали в классическом дизайне. Изменилось неизменное расположение текста сверху вниз и слева направо. Одной из тем Новой волны оказалась идея проверить границы читаемости текста. Поэтому буквы делались или слишком большими, или слишком маленькими, набирались разными шрифтами, шли с разным расстоянием между собой и т.д.¹⁷⁰

Другая специфика Новой волны – обращение к технике коллажа, которая была заимствована из авангардного дизайна 1920-х годов. Большинство иллюстраций выполняли именно в коллажных техниках, создавая сложные многофигурные композиции¹⁷¹. Этот сложный эффект был усилен за счет использования множества самых разнообразных шрифтов. Несмотря на то, что Новая волна формировалась как антитеза универсальному корпоративному стилю, элементы этой графической системы были использованы как основа коммерческих стилей, связанных с альтернативными течениями¹⁷².

¹⁶⁸ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁶⁹ Васильева Е. Идея знака и принцип обмена в поле фотографии и системе языка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2016. вып. 1. С. 4-33.

¹⁷⁰ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4-6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

¹⁷¹ Eskilson S. Graphic Design: A New History. London: Laurence King Publishing Ltd., 2007.

¹⁷² 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

Инициатором нового течения принято считать швейцарского дизайнера Вольфганга Вайнгарта¹⁷³. Он преподавал в Школе дизайна в Базеле и сформировал новый графический стиль, главной задачей и целью которого был нестандартный подход¹⁷⁴. Новую волну, созданную Вайнгартом, принято считать выступлением против корпоративной культуры и ее строгих правил¹⁷⁵. Новый дизайн был ориентирован не столько на стандарт, сколько на поиск новой выразительности.

Самостоятельная графическая школа, связанная с направлением Новой волны, сформировалась и в США. В начале 1970-х годов Вольфганг Вайнгарт организовал летний лекционный курс, который был прочитан им в Америке¹⁷⁶. В 1970-е годы педагогическая практика заметно подчеркнула значение Новой волны и способствовала ее распространению как изобразительного и творческого метода. Это резко увеличило количество американцев, которые хотели бы изучать дизайн в Базеле. Среди учеников Вайнгарта можно назвать таких известных графических дизайнеров Новой волны, как Эйприл Грейман и Дэна Фридмана¹⁷⁷.

В целом, можно заметить, что сложность графических элементов и композиции увеличилась с появлением и развитием Новой волны. Принцип сложности, в частности, был перенесен и в компьютерный дизайн, где он стал одним из основных приемов. Представители Новой волны были одними из первых мастеров, которые обратили внимание на компьютерную графику и использовании ее в своих работах. Новая волна сформировала важные векторы развития дизайна последующих лет¹⁷⁸.

¹⁷³ Cramsie P. The Story of Graphic Design. New York: Abrams, 2010.

¹⁷⁴ Weingart W. Typography: My Way to Typography. Baden: Lars Müller Publishers, 2000.

¹⁷⁵ Eskilson S. Graphic Design: A New History. London: Laurence King Publishing Ltd., 2007.

¹⁷⁶ 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4-6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

¹⁷⁷ 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考 [M]. 新星出版社. 2010. [Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [M]. Нова Пресс. 2010.]

¹⁷⁸ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

2.3. Основные направления в современном дизайне:

Flat design и скеоморфизм

В последние годы XX века в графическом дизайне сформировалось два основных приема: скеоморфизм и Flat design (или так называемый «плоский дизайн»)¹⁷⁹. Отчасти, их можно считать взаимоисключающими явлениями: скеоморфизм ориентирован на изображение трехмерных предметов, а Flat design, наоборот, создает двухмерную картинку¹⁸⁰. Тем не менее, эти направления часто соседствовали или поддерживали друг друга. И скеоморфизм, и Flat design исходили из принципа использования объема в графическом дизайне¹⁸¹. Это направление и этот интерес можно считать основной темой графического дизайна рубежа XX – XXI веков.

Скеоморфизм подразумевает сходство с предметами и попытку использовать объемное изображение¹⁸². Считается, что использование скеоморфизма в компьютерном дизайне должно было сделать изображение предметов более знакомым и понятным. В 1990-х – 2000-х годах технические возможности компьютера стремительно развивались. Стало возможным показывать не просто картинку, построенную на элементах пикселей (или пиксельной графики), – новые технические возможности позволили сформировать полноценные объемные изображения¹⁸³.

В некоторых случаях объемное изображение использовалось как способ продемонстрировать качество разрешения экрана и технических возможностей

¹⁷⁹ 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.

¹⁸⁰ 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010. [Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [М]. Нова Пресс. 2010.]

¹⁸¹ Sharp H.; Rogers Y; Preece J. Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction. John Wiley & Sons, 2007.

¹⁸² Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹⁸³ 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна». Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

компьютера. Некоторые исследователи полагают, что скеоморфизм облегчил восприятие компьютера¹⁸⁴, сделал его более доступным и понятным и, в конечном итоге, способствовал развитию и распространению компьютерного дизайна как такового.

В то же время, у скеоморфизма множество недостатков. Он излишне громоздкий, иногда сложный для визуального восприятия. В некоторых случаях вместо простоты и ясности, он приводит к появлению неверных ассоциаций¹⁸⁵. Кроме того, скеоморфизм не всегда удобен с точки зрения программирования: он объемнен и занимает слишком много места в памяти компьютера. Это приводит к тому, что в некоторых случаях скеоморфный дизайн замедляет работу компьютера.

Новым направлением в дизайне в 2000 – 2010 годы стал Flat Design (или Плоский дизайн)¹⁸⁶. Плоский дизайн предполагает использование двумерных изображений, что легче с точки зрения дизайна и гораздо проще в техническом плане. Как правило, привлекательность системы Flat Design объясняют двумя основными обстоятельствами.

Прежде всего, Flat Design удобен с технической точки зрения. Связанный с ним код занимает относительно немного места, картинка легко подстраивается или перестраивается под разные типы экранов, с этой графической системой удобно работать¹⁸⁷. Полагают также, что графичная плоская картинка легче воспринимается пользователем – на работу с таким интерфейсом уходит меньше времени и он интуитивно понятен¹⁸⁸. Технические преимущества сделали Плоский дизайн крайне привлекательной системой.

¹⁸⁴ Gessler N. Skeuomorphs and Cultural Algorithms // Archived from the original on 24 June 2012.

¹⁸⁵ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁸⁶ 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.

¹⁸⁷ 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужу. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]

¹⁸⁸ Sharp H.; Rogers Y; Preece J. Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction. John Wiley & Sons, 2007.

Кроме того, важно, что концепцию Flat Design можно рассматривать как систему, привлекательную с художественной точки зрения¹⁸⁹. Исследователи полагают, что в основе Flat Design – графическая система, сформированная на основе основных художественных графических программ XX века. Она использует принципы Конструктивизма, De Stijl, Bauhaus, а также Интернациональной типографики и Швейцарского стиля¹⁹⁰.

В основу Flat Design положена последовательная, хорошо проработанная и узнаваемая художественная система, которая сформировала основу графического дизайна XX века. Это изначально позволяет определить Flat Design как цельную концепцию, которая обладает последовательной глубокой художественной основой.¹⁹¹ Это дает основание рассматривать Flat Design как элемент дизайна и часть художественной программы XX века¹⁹², которая использует традиции наиболее важных изобразительных и дизайн-школ XX столетия¹⁹³.

¹⁸⁹ 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]

¹⁹⁰ 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.

¹⁹¹ 夏翔. 论当代艺术与设计的关系 [D] . 南京: 南京艺术学院, 2014: 11—15. [Ся Сян. О взаимосвязи современного искусства и дизайна [Д]. Нанкин: Нанкинский университет искусств, 2014: 11–15.]

¹⁹² Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

¹⁹³ 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

Глава 3. Особенности и специфика развития интернациональной туристической индустрии и рекламного туристического плаката в XX веке

В данной главе мы рассмотрим основные этапы и векторы развития туризма XX века¹⁹⁴. В рамках данного проекта это направление исследования представляется важным. Обращаясь к созданию проекта, связанного с графическим сопровождением туризма и туристической индустрии, мы считаем важным рассмотреть основные этапы формирования системы современного туризма¹⁹⁵.

В настоящий момент туризмом считается любая поездка в другую страну или местность с любой целью, кроме трудоустройства¹⁹⁶. Принято определять различные виды туризма, среди которых обычно выделяют такие виды как познавательно-культурный, деловой, экологический, лечебно-оздоровительный, спортивный и т.д.¹⁹⁷ Это лишь неполный перечень основных видов туризма, составляющих основу современной мировой туристической индустрии.¹⁹⁸

¹⁹⁴ 谢朝武. “21 世纪海上丝绸之路”旅游安全风险与合作治理[J].旅游导刊 2018: 80—85.

[Се Чаову «Морской Шелковый путь 21 века», риск безопасности туризма и совместное управление [J], Путеводитель 2018: 80–85.

¹⁹⁵ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

¹⁹⁶ World Tourism Organization. UNWTO Annual Report 2017. UNWTO: Madrid, 2018.

¹⁹⁷ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

¹⁹⁸ 杨哲. 数字时代平面设计的发展趋势探究[J]. 大众文艺. 2012. [Ян Чжэ. Исследование тенденций развития графического дизайна в эпоху цифровых технологий [J]. Популярная литература. 2012.]

Туризм как явление формировался на протяжении долгого времени. В частности, существуют исследования, которые связывают возникновение и развитие туризма с периодом античности¹⁹⁹. Тем не менее, последовательное развитие туризма и, особенно, массового туризма связывают с XX столетием²⁰⁰. Рассмотрим основные этапы формирования современного туризма и его основные формы²⁰¹.

3.1. Развитие туризма на протяжении XIX и XX века:

основа системы

Полагают, что основные формы современного туризма связаны с традицией так называемого «Большого путешествия» (Grand Tour)²⁰². Обычай «Большого путешествия», который, как правило, завершал процесс образования молодых европейских аристократов, сложился еще в XVII веке. Прежде всего, Grand Tour рассматривали как образовательное путешествие, задача которого заключалась в изучении памятников культуры²⁰³. Одним из основных итогов Grand Tour, в частности, считают развитие контактов между северной и южной Европой (а также между Европой и Азией). Итогом Grand Tour также можно считать формирование основы современного туризма²⁰⁴.

Формирование феномена туризма на протяжении XIX века, в частности, направленного на продолжение традиции Grand Tour, было связано с развитием

¹⁹⁹ Casson L. Travel in the Ancient World. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1994.

²⁰⁰ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

²⁰¹ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

²⁰² Colletta L. The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.

²⁰³ 董锦. 旅游纪念品的符号语义研究[J]. 美术大观, 2015(1). [Донг Цзинь, Исследование символической семантики туристических сувениров[J], The Grand View of Fine Arts, 2015(1).].

²⁰⁴ Geoffrey T. The Grand Tour. Boston: Yale University Press, 1991.

транспортной системы.²⁰⁵ С появлением железнодорожного транспорта после 1825 года путешествия стали быстрее, дешевле и безопаснее. Участниками «Большого путешествия» и нарождающегося туризма стали не только аристократы, но и представители среднего класса²⁰⁶. Постепенно туризм становился массовым явлением.

В 1841 году было основано одно из первых туристических агентств – фирма Thomas Cook & Son. Компания была основана бывшим краснодеревщиком Томасом Куком для перевозки пассажиров между городами Лестер и Бирмингем. Томас Кук также был известен тем, что организовывал транспорт для Всемирной выставки 1851 года²⁰⁷. В 1850-е – 1860-е годы он организовывал групповые поездки в Европу и США. Во второй половине XIX столетия дело Томаса Кука наследовал его сын. Компания продолжила свою деятельность и на протяжении всего XX века, со временем став одним из наиболее крупных туристических операторов в мире²⁰⁸.

Развитие туризма во второй половине XIX века стало одним из последствий промышленной революции²⁰⁹. Одним из ее итогов стало появление сети железных дорог, которые охватывали всю Европу и позволяли добраться до Азии. Кроме того, во второй половине XIX века появилось достаточное количество людей, которые обладали финансовыми возможностями и свободным временем для того, чтобы совершать частые и продолжительные путешествия с деловыми или частными целями.

Последовательное развитие туризма связано с первыми десятилетиями XX века. В 1936 году Лига Наций предложила одно из первых определений туризма. Туризм был определен как «поездка за границу на срок не менее суток»²¹⁰. В 1945 году ООН

²⁰⁵ 宁晓萌.表达与存在: 梅洛-庞蒂现象学研究[M].北京:北京大学出版社.2012.[Нин Сяомэн, Выражение и существование: феноменологическое исследование Мерло-Понти [M], Пекин: издательство Пекинского университета, 2012.]

²⁰⁶ Colletta L. The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.

²⁰⁷ Williamson A. The Golden Age of Travel. London: Thomas Cook, 1998.

²⁰⁸ 张野, 纪托. 以福纹为例探析传统吉祥符号构成的设计思维[J]. 装饰, 2013(12). [Чжан Е, Цзи Туо. Взав Фу Вэнь в качестве примера для анализа дизайн-мышления традиционных благоприятных символов[J], Украшение, 2013(12).

²⁰⁹ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

²¹⁰ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

(Организация Объединенных Наций) обозначила, что туристическая поездка не может продолжаться более полугода.

Развитие туризма также было связано с развитием представлений о нем.²¹¹ В конце 1970-х годов было предложено следующее понимание туризма: «Туризм - это временное краткосрочное перемещение людей в места назначения за пределами мест, где они обычно живут и работают, а также их деятельность во время пребывания в каждом пункте назначения для всех целей»²¹².

3.2. Основные виды туризма и их характеристика

В настоящий момент обозначают более двух десятков наиболее заметных категорий туризма. Сформированы различные виды классификации туризма, которые делятся по территориальному отношению, виду перемещения и цели поездки²¹³. Как правило, называют такие разновидности туризма как культурный туризм, экологический туризм, курортный туризм, оздоровительный туризм, круизный туризм, событийный туризм, спортивный туризм, медицинский туризм, деловой туризм и т. д.²¹⁴. Рассмотрим основные виды туризма и его специфику.

Культурный (или познавательный) туризм²¹⁵. Культурный туризм может быть определен целью поездки. Культурным или познавательным туризмом называют такой вид туристической деятельности, где основной целью являются знакомство с

²¹¹ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

²¹² Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002.

²¹³ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

²¹⁴ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

²¹⁵ 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 89. [Ван Вэньюй, Исследование инновационных методов дизайна туристических культурных продуктов [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(14): 89.]

памятниками культуры и достопримечательностями²¹⁶. Также к культурному туризму относят те виды туризма, которые связаны с нематериальным наследием – в частности, с театром, оперой и музыкой. В некоторых случаях, формой культурного туризма считают кулинарный туризм, творческие индустрии и путешествия, связанные с изучением бытовой культуры²¹⁷.

Культурный туризм подразумевает, прежде всего, изучение архитектурных и археологических памятников, а также посещение музеев и выставок. Культурный туризм – это, прежде всего, городской туризм, который подразумевает посещение и изучение памятников в городской среде²¹⁸. Этот тип индустрии путешествий предполагает развитие городской и туристической инфраструктуры, а также подразумевает привлечение дополнительного финансирования для развития туристической отрасли²¹⁹. Поэтому принято считать, что культурный туризм – важная составляющая в развитии региона²²⁰.

Культурный туризм дает финансовую выгоду. Он приносит доход, который может быть направлен на содержание и реставрацию памятников культуры. Таким образом, культурный туризм способствует сохранению культурного наследия²²¹. Культурный туризм позволяет расширить личный кругозор и в некоторых случаях может считаться одной из образовательных форм. Это направление способствует перемещению и обмену опытом. Принято считать, что культурный туризм служит развитию, укреплению и усовершенствованию культурных связей.

Говоря о культурном туризме, определяют и негативные последствия²²². В частности, они связаны с загрязнением окружающей среды, а также способствует резким

²¹⁶ Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009.

²¹⁷ Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002.

²¹⁸ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

²¹⁹ Richards C. Cultural Tourism: Global and local perspectives. New York: Routledge, 2007.

²²⁰ McKercher B.; Cros H. Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. New York: Routledge, 2002.

²²¹ Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009.

²²² 舒咏平. 品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76. [Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [M], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

непропорциональным миграциям населения. В некоторых случаях туризм увеличивает стоимость жизни местных жителей и способствует загрязнению окружающей среды. Также в некоторых случаях говорят о нарушении «социальной ткани» тех мест, где активно развивается туризм²²³.

Одним из главных понятий, связанных с культурным туризмом, является понятие культурного наследия. Это определение было предложено ЮНЕСКО и утверждено во второй половине XX века²²⁴. Включение в список культурного наследия ЮНЕСКО позволяет привлекать повышенное внимание к сохранности памятника и повышает его значение в мировом пространстве. В настоящий момент Китай занимает второе место по количеству объектов, включенных в перечень Культурного наследия Юнеско²²⁵. В список Всемирного наследия ЮНЕСКО входят не только культурные, но и природные памятники. Уникальность природных памятников создает условия для развития не только природного, но и экологического туризма.

Экологический туризм. Экологический туризм можно разделить на две основные категории. Первое – это посещение экологически чистых и комфортных мест, поиски природы, которая сохранилась практически в первозданном виде²²⁶. Второе – посещение объектов, которые считаются природными памятниками и входят в природоохранные списки. Например, в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, куда включены как культурные, так и природные объекты²²⁷.

²²³ Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002.

²²⁴ Edmondson R.; Jordan L.; Prodan A. The UNESCO Memory of the World Programme: Key Aspects and Recent Developments. Cham: Springer Nature Switzerland, 2020.

²²⁵ 王宝林. 南京云锦 [M]. 北京: 文化艺术出版社, 2012: 17. [Ван Баолинь. Нанкин Юнджин [M], Пекин: Издательство о культуре и искусстве, 2012: 17.]

²²⁶ 舒咏平. 品牌传播论 [M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76. [Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [M], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

²²⁷ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

Представление об экологическом туризме и связанная с ним терминология возникла в начале 1980-х годов²²⁸. Это понятие соединило представление об отдыхе и охране окружающей среды, эта форма отдыха подразумевала аккуратное использование природных ресурсов и бережное отношение к ним. Экологический туризм предполагал отказ от потребления и выбор в пользу другой системы ценностей²²⁹.

Экологический туризм подразумевает, что охрана природы является частью программы путешествий. Его задача – предотвратить негативное воздействие на природу. Также развитие экологического туризма подразумевает финансовую поддержку экологически значимых мест. Такой вид путешествий и отдыха привлекает инвестиции и финансирование в регионы.

Отличительная особенность экологического туризма – заинтересованность его участников в сохранении окружающей среды²³⁰. Экологический туризм и как индустрия, и как действия отдельных его участников заинтересован в сохранении природного наследия, которое для экологического туризма является обязательным условием существования и гарантией получения дохода²³¹.

Среди основных принципов экологического туризма, как правило, называют следующие²³². Первое – содействие охране природы и окружающей среды. Второе – обращение к природе в ее первозданном состоянии. Третье – отдых, который не нарушает экологический баланс в регионе, поддержка экологически устойчивой среды²³³. Четвертое

²²⁸ Ceballos-Lascuráin H. *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism around the World and Guidelines for Its Development* // IUCN Publications, Cambridge, 1996.

²²⁹ Nowaczek A. *Ecotourism: Principles and Practices* // *Annals of Tourism Research*. 2010. № 37. P. 270–271.

²³⁰ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. *装饰*, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], *Оформление*, 2005(11).]

²³¹ Burger J. *Landscapes, tourism, and conservation* // *Science of the Total Environment*. 2000. № 249 (1–3). P. 39–49

²³² Nowaczek A. *Ecotourism: Principles and Practices* // *Annals of Tourism Research*. 2010. № 37. P. 270–271.

²³³ 杨哲. 数字时代平面设计的发展趋势探究[J]. *大众文艺*. 2012. [Ян Чжэ. Исследование тенденций развития графического дизайна в эпоху цифровых технологий [J]. *Популярная литература*. 2012.]

– экологическое просвещение. Пятое – поддержка устойчивого развития посещаемых регионов. Перечень этих целей и парадигм определяет основные характеристики экологического туризма²³⁴.

Рекреационный туризм. Рекреационный туризм – крайне широкое понятие. Сюда относят крайне широкий спектр мероприятий – от непродолжительных выездов на природу до медицинского туризма. Традиционно рекреационный туризм определяют как перемещение людей с целью отдыха и восстановления физических сил²³⁵. Часто этот вид туризма связан с посещением рекреационных зон, а также санаториев, спа-курортов и оздоровительных центров. В некоторых случаях, оздоровительные прогулки, игры и упражнения также относят к рекреационному туризму.

В рамках рекреационного туризма можно выбрать два основных дополнительных направления. Это оздоровительный туризм и медицинский туризм. Понятие и рамки оздоровительного туризма достаточно широки. Они подразумевают поездки в отпуск на море, выезд за город и т.д. Оздоровительный отдых предполагает нахождение в рекреационной зоне, а также (в некоторых случаях) организацию мер, направленных на укрепление здоровья. Оздоровительный туризм предполагает создание и поддержание соответствующей инфраструктуры для отдыха²³⁶.

Оздоровительный туризм, в силу широких возможностей, считается одной из наиболее привлекательных и наиболее доходных форм туризма. Оздоровительный туризм носит массовый характер. Это позволяет привлекать в регион крупные средства, что способствует развитию той или иной территории.²³⁷

Понятие «медицинский туризм» относится к тем формам рекреации, которые предполагают перемещение в другой регион с целью получения медицинских услуг²³⁸. Мотивация поездок может быть разной. В некоторых случаях, в медицинские центры едут

²³⁴ Русев И. Основы экотуризма. Одесса, 2004.

²³⁵ Мирошникова И. Рекреационный Туризм. СПб: СПбГУПТД, 2017. С. 361–363.

²³⁶ 谢朝武. “21 世纪海上丝绸之路”旅游安全风险与合作治理[J].旅游导刊 2018: 80—85.

[Се Чаову «Морской Шелковый путь 21 века», риск безопасности туризма и совместное управление [J], Путеводитель 2018: 80–85.

²³⁷ 舒咏平.品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76.[Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [M], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

²³⁸ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

за более высоким качеством и уровнем медицинского обслуживания²³⁹. В некоторых случаях – наоборот, причиной поездки является более комфортная цена на те же услуги в другом регионе, в отличие от места постоянного проживания²⁴⁰.

Часто медицинский туризм связан с проведением специального медицинского обслуживания. Например, целью такого туризма часто является проведение операций, специальных осмотров, визит к конкретным врачам и т.д.²⁴¹. Один из факторов медицинского туризма – возможность избежать ожидания необходимой процедуры. Эти направления туризма развиваются на протяжении XX века и имеют широкие перспективы развития²⁴².

3.3. Интернациональный туризм как массовое явление

На протяжении XX столетия важным явлением стал интернациональный туризм²⁴³. Это явление получило мощный толчок для развития на протяжении всего столетия и особенно второй его половины, когда количественные показатели массового туризма выросли и международный туризм приобрел широкомасштабный характер.

Интернациональный (или международный) туризм – это тип путешествий, который предполагает пересечение национальных и государственных границ. Стремительное развитие международного туризма стала возможна благодаря двум основным процессам –

²³⁹ Lagace M. The Rise of Medical Tourism // Harvard Business School Working Knowledge, December 17, 2007.

²⁴⁰ Gahlinger P. The Medical Tourism Travel Guide: Your Complete Reference to Top-Quality, Low-Cost Dental, Cosmetic, Medical Care & Surgery Overseas. Berlin: Sunrise River Press, 2008.

²⁴¹ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

²⁴² Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

²⁴³ Theobald W. Global Tourism. London: Oxford, 1998.

это развитие транспортной системы и процесс глобализации. Два этих явления создали условия для развития путешествий как интернационального феномена.

В период, который предшествовал началу пандемии, интернациональный туризм стремительно развивался по всем показателям²⁴⁴. Постоянно росли частота, продолжительность, бюджет и качество поездок. Некоторый спад наблюдался после кризиса 2008 года; для туристической индустрии относительно тяжелым считался 2009 год. Тем не менее, общий вектор первых десятилетий XXI века – увеличение объема и качества интернационального туризма²⁴⁵.

Интернациональный туризм представляется положительной тенденцией. Он способствует культурному обмену, общению и установлению добрососедских связей между народами. Россия и Китай являются активными участниками этого процесса²⁴⁶. Увеличивается как число посещений этих стран, так и обмен между странами. Рост интернационального туризма в Китае и в России можно считать как важным направлением развития этих стран, так и важной тенденцией развития международного туризма в целом²⁴⁷.

Важно отметить, что международный туризм, а также туризм, связывающий Россию и Китай, носит массовый характер. Здесь мы можем говорить о развитии еще одного важного явления XX века – массового туризма²⁴⁸. Массовый туризм предполагает рост численности перемещений, а также – включение в туристический обмен более широких социальных слоев.

²⁴⁴ 舒咏平.品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76.[Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [M], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

²⁴⁵ World Tourism Organization. UNWTO World Tourism Barometer Interim Update. August 2010.

²⁴⁶ China – the new number one tourism source market in the world // World Tourism Organization. 4 April 2013.

²⁴⁷ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

²⁴⁸ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

Одной из особенностей массового туризма можно считать его коллективный характер. В основе такой системы – экономические причины²⁴⁹. Групповой тур позволяет добиться более выгодных финансовых условий, а также позволяет использовать разнообразные средства перемещения, не всегда доступные единичному индивидуальному путешественнику.

В развитии массового туризма можно обозначить множество позитивных черт. Например, это возможность знакомиться с обычаями и культурой других стран. В этом смысле, массовый туризм носит ярко выраженный образовательный характер. Массовый туризм способствует лучшему взаимопониманию между народами. Люди, которые много путешествуют, способны лучше понять культуру других стран и народов²⁵⁰. Также они гораздо более толерантны к представителям других национальностей.

В то же время, у массового туризма есть свои недостатки. Например, излишне активное посещение некоторых территорий приводит к их разрушению. Примеры таких проблемных мест массового паломничества – египетские пирамиды, Акрополь в Афинах или Венеция. В некоторых случаях массовые туристы недостаточно ответственны и не заботятся о сохранении культурного и природного наследия в тех регионах, где они оказываются. Тем не менее, интернациональный туризм – особенно в его массовых формах – обладает положительными перспективами и позитивным значением. Он способствует поддержке межнациональных связей и культурных контактов. Интернациональный туризм способствует общению и помогает поддерживать дружбу и взаимопонимание между народами²⁵¹.

²⁴⁹ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

²⁵⁰ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

²⁵¹ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

3.4. Рекламный туристический плакат и его специфика

в художественной системе XX века

Распространение рекламного плаката для индустрии путешествий особенно активно происходило в первой половине XX столетия. Это было связано с развитием транспорта и запуском новых трансатлантических линий между Европой и Америкой (океанские лайнеры и авиаперелеты)²⁵². А также с появлением новых железнодорожных маршрутов в Европе и США и развитием системы скоростных поездов дальнего следования. Рекламные постеры этого периода, в первую очередь, были посвящены новым транспортным направлениям и новым возможностям для скоростного перемещения. Ярким примером таких рекламных плакатов могут служить работы известного французского графика Адольфа Кассандра²⁵³.

Адольф Кассандр (настоящее имя Адольф-Жан-Мари Мурон, 1901 - 1968) родился на территории Российской империи в семье французов. После того, как его семья вернулась в Париж, Кассандр обучался живописи в Академии изящных искусств. В 1926 году вместе с партнерами Адольф Кассандр организовал рекламное графическое агентство. Среди множества плакатов Кассандра одними из самых известных являются работы для рекламной кампании нового океанского лайнера «Нормандия» и скоростной линии железной дороги «Северный Экспресс» (Nord Express)²⁵⁴.

Плакаты для Nord Express, роскошного скоростного поезда, запущенного еще в 1896 году и соединявшего Париж и Санкт-Петербург, отразили дух эпохи и стали ярким примером стиля Ар-деко (модерн)²⁵⁵. На стилистику этих плакатов оказали влияние художественные течения кубизма и футуризма, которые были близки Кассандру²⁵⁶. В постерах для «Северного экспресса» график сконцентрировался на внешнем виде самого

²⁵² Coleman T. The liners: a history of the North Atlantic crossing. Harmondsworth: Penguin Books, 1977

²⁵³ 滕守尧. 知识经济时代的美学与设计[M]. 南京出版社, 2006.[Тэн Шоуяо, Эстетика и дизайн в эпоху экономики знаний [M], Nanjing Press, 2006.]

²⁵⁴ Woodham J. 20th Century Design. London: Gareth Stevens Pub, 2000

²⁵⁵ Brown R. The poster art of A. M. Cassandre. New York: Dutton, 1979

²⁵⁶ 王艳艳. 旅游纪念品地方特征的提取和保护[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 148. [Ван Яньян, Извлечение и защита местных особенностей туристических сувениров [J], Упаковочная техника, 2015, 36(10): 148.]

локомотива. Ему удалось передать образ стремительного движения, выразить идею скорости и путешествия. В плакатах для Nord Express соединились дух роскоши (характерный для эпохи Ар-деко) и образы движения и скорости, присущие футуризму²⁵⁷.

В конце 30-х годов были запущены сразу нескольких трансатлантических авиационных маршрутов, которые соединили Европу и Америку. Пионером стала немецкая авиакомпания Lufthansa, самолет которой совершил первый коммерческий перелет через Атлантический океан в 1938 году²⁵⁸. За 25 часов рейс Lufthansa доставил первых пассажиров из Берлина в Нью-Йорк. Летом 1939 года американская авиакомпания Pan American запустила в эксплуатацию новые пассажирские самолеты Boeing, рассчитанные на 100 пассажиров. Эти маршруты соединили между собой Нью-Йорк и Марсель во Франции, а также Нью-Йорк и Саутгемптон в Великобритании. Запуск новых авиалиний через Атлантику сопровождали масштабные рекламные кампании.

Развитие пассажирских авиарейсов между странами и континентами было прервано событиями Второй мировой войны²⁵⁹. После ее окончания, особенно в 50-60-е годы, этот процесс приобрел широкомасштабный характер. Практически в каждой европейской стране существовала собственная крупная авиакомпания, активно развивавшая сеть зарубежных маршрутов.

Для привлечения внимания аудитории рекламные плакаты авиакомпаний часто использовали темы и визуальные мотивы экзотических стран и новых туристических направлений.²⁶⁰ Таким образом, в 50-60-годы XX века реклама новых транспортных маршрутов и новых возможностей для туризма оказались тесно связаны. Например, это рекламные плакаты авиакомпаний Pan American и TWA (США), KLM (Нидерланды), SAS (Швеция), Air France (Франция), Alitalia (Италия) и многих других.

Важный сюжет в истории развития туристического плаката – фирменный стиль и рекламные плакаты для авиакомпании Lufthansa, которые создавал **Отто Айхер**,

²⁵⁷ Бобринская Е. А. Футуризм. М.: Галарт, 2000

²⁵⁸ Сытин Л. Е., Каторин Ю.Ф., Волковский Н.Л. Все об авиации. Большая энциклопедия. М.: АСТ, 2018

²⁵⁹ 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]

²⁶⁰ 段运冬.视觉文化的“创世纪”——新媒体艺术及其对影像文化的促动[J].美术研究,2004(04):108-112.[Дуань Юньдун, «Генезис» визуальной культуры: искусство новых медиа и его продвижение в культуру изображений [J], Art Research, 2004(04):108-112.]

известный немецкий графический дизайнер. Отто Айхер (1922 – 1991), один из основателей и преподавателей Ульмской школы дизайна («Высшая школа формообразования в Ульме»)²⁶¹. Это образовательное учреждение было основано и начало свою работу в 1953 году.

Ульмская школа дизайна – важное европейское образовательное учреждение в области дизайна, архитектуры и графики периода 50-60-х годов. Она наследовала и последовательно развивала многие идеи знаменитой школы Баухаус. Ульмская школа в значительной степени повлияла на развитие визуальных практик и графического дизайна второй половины XX столетия²⁶².

Отто Айхер был специалистом по графическому дизайну и типографике. Как дизайнер-график он также известен разработкой графического стиля для Олимпиады в Мюнхене 1972 года²⁶³. Новый фирменный стиль Lufthansa (в том числе обновленный им логотип авиакомпании) разрабатывался Отто Айхером в соответствии с графической концепцией Ульмской школы. Также Айхер является автором многих рекламных плакатов для авиакомпании Lufthansa этого периода²⁶⁴. Их отличает ясный графический дизайн и чистая художественная форма.²⁶⁵

С развитием индустрии путешествий в 60-70-е годы прошлого века происходило дальнейшее развитие рекламного туристического плаката. Во второй половине XX столетия характерным явлением стали маркетинговые и рекламные кампании различных стран и городов, направленные на улучшение имиджа и привлечения туристов. Один из классических примеров – это рекламная кампания Нью-Йорка, задуманная и проведенная властями города в 1977 году. Самым известным элементом этой рекламной кампании стал

²⁶¹ Krippendorff K. Roots in the Ulm School of Design // The Semantic Turn: A New Foundation for Design. Boca Raton, FL: CRC Press, 2005

²⁶² 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

²⁶³ 滕守尧. 知识经济时代的美学与设计[M]. 南京出版社, 2006.[Тэн Шоуяо, Эстетика и дизайн в эпоху экономики знаний [M], Nanjing Press, 2006.]

²⁶⁴ Da Silva P., Otávio R. 421 Plakate der Hochschule für Gestaltung Ulm. Ulm und Münster: Klemm u. Oelschläger Verlag, 2010

²⁶⁵ 冯崇裕. 创意工具[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.[Фэн Чуньюй, Инструменты для творчества [M], Шанхай: Шанхайское народное издательство, 2010.]

знаменитый логотип «Я люблю Нью-Йорк» (I love NY), придуманный графическим дизайнером Милтоном Глейзером²⁶⁶.

Милтон Глейзер (1929 - 2020), участник важного графического объединения Пуш Пин Студио (Push Pin Studio) и яркий представитель Нью-Йоркской школы графического дизайна²⁶⁷. В качестве рекламного графика Милтон Глейзер создал порядка 400 различных плакатов. Среди них ставшие особенно известными плакат и обложка диска Greatest Hits Боба Дилана, логотип для кампании по борьбе со СПИДом для Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), рекламный плакат для Олимпийских игр 1984 года в Сараево.

Самой знаменитой работой стал логотип «Я люблю Нью-Йорк» (I Love NY), с красным сердечком, заменившим слово love²⁶⁸. Этот знак был придуман Глейзером для масштабной рекламной кампании Нью-Йорка. Эту инициативу предприняла мэрия города, которая начала активную борьбу с ростом преступности и общим упадком некоторых городских районов²⁶⁹. Логотип оказался настолько удачным, что активно используется до сих пор. Он состоит всего из 3 букв и рисунка сердечка. Его размещают на всей официальной сувенирной продукции города. Коммерческое использование знака I love NY приносит Нью-Йорку миллионы долларов ежегодно. Это один из самых копируемых и повторяемых логотипов в мире. Графический дизайнер Милтон Глейзер создал не просто удачный товарный знак, но и яркий символ массовой культуры XX века²⁷⁰.

²⁶⁶ Chwast S. The Push Pin Graphic, A Quarter Century of Innovative Design and Illustration. San Francisco: Chronicle Books, 2004

²⁶⁷ Eskilson S. Graphic Design: A New History. London: Laurence King Publishing Ltd., 2007

²⁶⁸ 滕守尧. 知识经济时代的美学与设计[M]. 南京出版社, 2006.[Тэн Шоуяо, Эстетика и дизайн в эпоху экономики знаний [M], Nanjing Press, 2006.]

²⁶⁹ 舒咏平. 品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76.[Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [M], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

²⁷⁰ Фостер Х., Краусс Р., Буа И-А., Бухло Б., Джослит Л. Искусство с 1900 года: модернизм, антимодернизм, постмодернизм. М.: Ad Marginem, 2015

Глава 4. Описание графического проекта

Развитие туризма является одним из наиболее актуальных направлений последних десятилетий. По данным крупнейшего туристического агрегатора TripAdvisor, в период до 2019 года объемы туристических потоков постоянно увеличивались и достигли своего максимума в 2019 году²⁷¹. Объемы международного туризма в 2019 году достигли рекордного числа 1,5 млрд. поездок в год. Аналогичную картину роста представляет и World Tourism Organization²⁷². Среди наиболее значимых называют такие разновидности туризма как культурный туризм, экологический туризм, курортный туризм, оздоровительный туризм, круизный туризм, событийный туризм, спортивный туризм, медицинский туризм, деловой туризм и т. д.²⁷³.

Индустрия путешествий не утратила своей актуальности, несмотря на ситуацию пандемии. Особую важность в новых условиях приобрел внутренний туризм, а также возникла необходимость в подготовке новых форм, которые могли бы опереться на

²⁷¹ 舒咏平.品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76.[Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [М], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]

²⁷² World Tourism Organization. UNWTO Annual Report 2017. UNWTO: Madrid, 2018.

²⁷³ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008; Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014; Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002; Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009.

цифровые технологии.²⁷⁴ Цифровые платформы, с одной стороны, способствуют развитию туризма, а с другой – поддерживают возникновение новых форм. Работа с цифровыми форматами в области туризма представляется исключительно важной. Поддержка и развитие таких проектов является одной из основных идей данной работы.

Данная работа представляет собой концепцию дизайн-графики для виртуального путеводителя по достопримечательностям Китая. Благодаря возможности соединения возможностей графического дизайна и новых технологий разработан новый маршрутный план, основным центром которого является Нанкин.

Представленная работа состоит из двух основных блоков – теоретического раздела и прикладного графического проекта. В теоретической части рассмотрены вопросы, связанные с историей графического дизайна XX века, а также – с развитием и преобразованием системы туризма. Теоретическая платформа принципиально важна в рамках данной работы: она позволяет последовательно рассматривать темы, связанные как с развитием дизайна²⁷⁵, так и с распространением туризма²⁷⁶. Теоретическое исследование позволяет обстоятельно взглянуть на те материалы, которые положены в основу данного исследования.

Цель данного проекта – создание концепции дизайн-графики для виртуального путеводителя. Данный проект ориентирован на создание и развитие актуальной графической системы, связанной с основными направлениями современного дизайна.

Данный проект ставит перед собой целый ряд систематических и локальных **задач**.

К систематическим задачам, связанным с общей стратегией проекта, можно отнести следующие:

- Создание графической системы, ориентированной на актуальные образцы интернациональной дизайн-графики.

- Попытка представить туризм, как одно из направлений, связанных с возможным представлением векторов современного дизайна.

²⁷⁴ 张野, 纪托. 以福纹为例探析传统吉祥符号构成的设计思维[J]. 装饰, 2013(12). [Чжан Е, Цзи Туо. Взяв Фу Вэнь в качестве примера для анализа дизайн-мышления традиционных благоприятных символов[J], Украшение, 2013(12).]

²⁷⁵ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983; Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007.

²⁷⁶ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

- Формирование дизайн-системы, где туризм фигурирует как одна из возможных сфер применения.

Кроме того, можно обозначить прикладные локальные задачи:

- Создание новых и рационализация старых маршрутов для путешествия.
- Формирование новой парадигмы виртуальных туров, построенной на использовании технологий 3D моделирования.
- Использование дизайн-платформы для продвижения внутреннего и виртуального туризма в городе Нанкин.

Актуальность проекта. Актуальность данного проекта связана с важностью туризма как основного феномена социального, экономического и культурного развития. Обращение к теме туризма – это обращение к одной из наиболее важных тем. Несмотря на реалии пандемии, туризм продолжает оставаться одной из наиболее развивающихся областей. Кроме того, актуальность данного проекта связана с графическими методами: в рамках работы над проектом использованы наиболее востребованные технические механизмы и методы современного дизайна.

Новизна проекта. Данная работа представляет собой синтез прикладного проекта и теоретического исследования. В работе над ним использованы новые графические методы. Данный проект обращается к новым графическим системам, представляя их в рамках традиционных сфер туризма. Новизна данного проекта – в технической специфике, которая обращена к теме туризма, а также – в попытке использовать новые визуальные методы в сфере туризма.

Методика создания проекта. Создание графического проекта было предварено теоретическим исследованием, в котором были рассмотрены основные образцы графического дизайна, а также основные этапы развития интернациональной системы туризма. Были рассмотрены базовые исследования, связанные с вопросами развития дизайна XX века²⁷⁷, а также аналитические работы, связанные с развитием туризма²⁷⁸.

²⁷⁷ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983; Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007; Adams S., Dawson P., Foster J., Seddon T. Graphic design rules. New York: Princeton Architectural Press, 2020; Blackwell L. Twentieth-Century Type. Yale University Press, 2004; 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.

Также в работе были рассмотрены основные образцы туристической графики – в частности, плакаты, связанные с развитием туризма. Эти базовые исследования были положены в основу графического проекта.

Возможности практического применения. Визуальные элементы, разработанные в данном проекте, могут быть использованы в системе графической поддержки виртуальных путеводителей. Также графическая система, созданная в данном путеводителе, может быть использована при создании специализированных туристических сайтов. Отдельные элементы и разработки данного проекта могут быть использованы в экспозиционных, информационных и презентационных проектах в области культуры и туристического бизнеса.

Состав проекта. Анимированная 3D карта, графика сайта, буклет, сувенирная продукция.

Описание проекта. Данный проект представляет собой систему дизайн-графики, разработанную для виртуального путеводителя. Проект основан на сочетании новых технологий (прежде всего, виртуального формата), а также на использовании актуальных форм дизайн-графики и современных дизайн-систем. Данный проект посвящен разработке нового туристического маршрута, центром которого является город Нанкин²⁷⁹.

В настоящий момент туризм представляется важным направлением. Речь может идти как о физическом туризме, так и о виртуальных путешествиях. И в том, и в другом случае возможно использование новых технологий. Они или позволяют применить принцип дополненной реальности, или формируют автономную виртуальную систему.

Мы предполагаем, что созданный нами путеводитель можно будет использовать и как элемент очного туризма, и как инструмент для виртуальных путешествий. В условиях

²⁷⁸ Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008; Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014; Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002; Theobald W. Global Tourism. London: Oxford, 1998; Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009; Edmondson R.; Jordan L.; Prodan A. The UNESCO Memory of the World Programme: Key Aspects and Recent Developments. Cham: Springer Nature Switzerland, 2020.

²⁷⁹ 王宝林. 南京云锦 [M]. 北京: 文化艺术出版社, 2012: 17. [Ван Баолинь. Нанкин Юнджин [M], Пекин: Издательство о культуре и искусстве, 2012: 17.]

физического присутствия разработанный нами путеводитель сможет предоставить актуальную информацию по нескольким основным направлениям – достопримечательности, объекты культуры, учреждения системы образования и рестораны. Эта информация представляется важной и, с нашей точки зрения, должна помочь туристу сориентироваться в незнакомом городе.

Другая возможность данного проекта – виртуальные путешествия. Посетитель сайта сможет увидеть и изучить основные памятники и достопримечательности Нанкина и его окрестностей в виртуальном режиме. Это даст возможность путешествовать даже в тех ситуациях, когда физические перемещения затруднены. Мы полагаем, такой проект позволит познакомиться с культурой и архитектурой Нанкина в дистанционном режиме.

Данный проект преследует несколько целей и задач. Прежде всего, речь идет о продвижении Нанкина как объекта туризма, а также о промоушне различных форм туризма в Нанкине. Кроме того, одна из задач данного проекта – в популяризации новых технологий, в том числе – связанных с 3D моделированием.

Также следует отметить, что одной из целей данного проекта является создание новой программы и парадигмы путешествий. В частности, это выражается в предложении новых маршрутов для путешествий, а также в создании новой конструкции и структуры организации туристического досуга.

Содержательная система проекта скомпонована по четырем основным направлениям: «Архитектура», «Культура», «Образование» и «Еда». Обозначенным направлениям соответствуют четыре карты, которые демонстрируют маршруты, связанные с обозначенной темой. Каждое направление использует элементы выбранной темы и, в то же время, представляет единую дизайн-систему. Достопримечательности города представлены средствами 3D моделирования.

Одна из особенностей данного проекта – сочетание графических техник, 3D технологий и системы дополненной реальности. Данный проект использует сочетание плоскости и объема. Посредством этих графических решений формируются новые маршруты для путешествий. При подготовке данного проекта использовано такое программное обеспечение как Adobe Illustrator, Photoshop, а также Unity 3D и Maya.

Заключение

Данный дипломный проект был посвящен разработке концепции дизайн-графики виртуального путеводителя. Туризм является и был рассмотрен в качестве важного направления развития современной экономической и социальной систем. В рамках данной работы туризм был определен как фактор, который способствует установлению культурных связей и утверждению устойчивого культурного обмена между странами.²⁸⁰

Принципиально важным представляется поиск новых форм, способствующих поддержке и развитию туризма, а также идентификация новых установок и функций, связанных с туристической отраслью.²⁸¹ Решению этой задачи отчасти способствует разработка виртуального путеводителя и его графической системы – этой проблематике была посвящена данная работа.

Такие проекты как виртуальный путеводитель представляются принципиально важными: они позволяют поддерживать старые и формировать новые формы и виды туризма.²⁸² Данная работа ориентирована на создание комплексной дизайн-графики путеводителя. Основное внимание в этом проекте было уделено формированию дизайн-системы, связанной с программой виртуальной среды.

²⁸⁰ 王艳艳. 旅游纪念品地方特征的提取和保护[J]. 包装工 程, 2015, 36(10): 148. [Ван Яньян, Извлечение и защита местных особенностей туристических сувениров [J], Упаковочная техника, 2015, 36(10): 148.]

²⁸¹ 杨 键, 耿卫东, 潘云鹤, 等. 基于图像的虚拟景观漫游 [J]. 计 算机辅助设计与图形学学报, 2001, 13(3): 229- 235.[Ян Цзянь, Гэн Вэйдун, Пан Юнхэ и др. Виртуальный ландшафт на основе изображений [J], Журнал компьютерного дизайна и графики, 2001, 13(3): 229-235.]

²⁸² 杨哲. 数字时代平面设计的发展趋势探究[J]. 大众文艺. 2012. [Ян Чжэ. Исследование тенденций развития графического дизайна в эпоху цифровых технологий [J]. Популярная литература. 2012.]

Работа сформирована из двух основных блоков – графического проекта и теоретической части. Теоретическая часть данной работы была основана на двух основных векторах. В теоретической части рассмотрены особенности развития графического дизайна XX века, а также специфика и особенности развития интернациональной туристической индустрии и рекламного туристического плаката XX столетия. Графическая часть данного проекта представлена как дизайн-проект виртуального путеводителя.

В теоретической части был собран материал, связанный с двумя основными направлениями: с развитием графического дизайна XX века, и с преобразованием современной туристической индустрии и ее рекламной поддержки.

Основная цель данного проекта заключалась в формировании графической программы, связанной с разработкой визуального путеводителя. Целью теоретического раздела являлось изучение основных направлений и школ графического дизайна XX века, а также исследование основных этапов развития интернационального и национального туризма и рекламного плаката для индустрии путешествий.

В рамках данного проекта были реализованы следующие задачи:

- Рассмотрены основные графические принципы графического дизайна XX века.
- Проанализированы основные направления графического дизайна XX века.
- Изучены основные школы, связанные с развитием графического дизайна XX века.
- Рассмотрен туризм как интернациональный социальный и культурный феномен.
- Проанализированы основные этапы формирования системы современного туризма.
- Изучены и систематизированы основные формы и виды туризма.
- представлены примеры развития рекламной графики для индустрии путешествий.

Данная работа была основана на систематическом изучении материала. При подготовке работы была рассмотрена основная исследовательская и аналитическая литература. В изложении материала был выбран хронологический принцип.

Современный туризм стремительно развивается, он приобретает новые формы.²⁸³ В связи с этим, работа, связанная с проблемами туризма и проблемами виртуального туризма, представляется актуальной. Важным представляется развитие туризма – как международного, так и национального. Несмотря на повышенный интерес к темам туризма, проектов, связывающих туризм и дизайн, до сих пор относительно немного. Данная работа ставила своей целью хотя бы отчасти компенсировать эту нехватку.

Данная работа сформирована из двух блоков – теоретической части и графического проекта. Теоретическая часть построена на изучении двух основных направлений: графического дизайна XX века и интернациональной туристической индустрии. Теоретическая часть работы состоит из Введения, четырех глав и Заключения.

Первая глава была посвящена визуальной практике графического дизайна первой половины XX века. В первой главе были рассмотрены такие формообразующие течения как русский Конструктивизм, De Stijl и Bauhaus. Важным явлением в культуре первой половины XX можно считать Конструктивизм. Возникший в советской России, он оказал заметное влияние на развитие и формирование последующих художественных стилей.²⁸⁴ Движение отказалось от декоративной стилизации в пользу промышленных материалов. Конструктивизм возник, прежде всего, как явление в архитектуре. Он подразумевал обращение к новому стилю и новым формам. Одна из концепций Конструктивизма – построение и создание нового в искусстве²⁸⁵. В графике Конструктивизм предполагал последовательное использование геометрических форм и структурную композицию. Многие приемы, сформированные русскими Конструктивистами, составили основу Интернационального типографического стиля и Швейцарской школы дизайна²⁸⁶.

Одним из наиболее важных направлений в искусстве XX века можно назвать голландское объединение De Stijl²⁸⁷. Это направление способствовало формированию новой графической программы и привело к развитию новых художественных методов,

²⁸³ 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]

²⁸⁴ Lodder C. Russian Constructivism. Yale: Yale University Press, 1985.

²⁸⁵ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

²⁸⁶ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

²⁸⁷ Jaffé H. De Stijl. 1917—1931. The Dutch Contribution to Modern Art. Amsterdam: J.M. Meulenhoff, 1956.

которые получили развитие в графическом дизайне второй половине XX столетия. Представители De Stijl пытались объединить геометрию и искусство. Эти идеи были направлены на создание идеальной формы и изображения²⁸⁸. De Stijl оказал влияние на развитие многих направлений в искусстве, в частности, на формирование идей и методов школы Bauhaus.

Принципиальное влияние на развитие дизайна оказала школа архитектуры и дизайна Bauhaus. Образовательная программа в Bauhaus состояла из теоретических курсов и работы в мастерских. Обучение начиналось с подготовительного курса и заканчивалось изучением архитектуры. Концепции Bauhaus испытали заметное влияние современных ему течений и движений. В частности, заметное влияние на архитектуру, дизайн и графику Bauhaus оказал экспрессионизм. Другими важными явлениями, оказавшим влияние на развитие идей и графики Bauhaus, был русский Конструктивизм и художественное движение De Stijl.

Новый дизайн и новая архитектура стремились к функциональности и, вместе с этим, старались выразить идею посредством вещей²⁸⁹. Этот принцип станет одной из тех идей, которые будут важны для формирования Интернациональной типографики и Швейцарской школы дизайна.

Во Второй главе данной работы были рассмотрены вопросы, связанные с графическим дизайном середины и второй половины XX века. Особое внимание в этом разделе уделено графике Швейцарского стиля, Новой волны и системе Flat Design.

Швейцарский стиль – одна из важнейших школ графического дизайна XX века²⁹⁰. Понятие «Интернациональный стиль» сформировалось, прежде всего, как архитектурный термин. Система Швейцарского дизайна была основана на системе модульных сеток²⁹¹.

²⁸⁸ 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.

²⁸⁹ 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.

²⁹⁰ Hollis R. Swiss Graphic Design. The Origins and Growth of an International Style. 1920 - 1965. London: Laurence King Publishing, 2006.

²⁹¹ Лаптев В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий. М.: РИП-холдинг, 2007.

Основные принципы этой системы, обозначенной еще в 1920-е годы, были сформулированы швейцарский дизайнером Йозефом Мюллер-Брокманом²⁹². Он представил страницу книги, журнала или плакат как комбинацию модулей. Модульная сетка представляет собой систему вертикальных и горизонтальных линий (как правило – не печатаемых), которые определяют страницу верстки.

В 1950-е – 1960-е годы Швейцарская школа установила своеобразный стандарт графического дизайна²⁹³. Этот образцовый дизайн стал не только источником для развития многих последующих школ, но и точкой отсчета для новых форм дизайна²⁹⁴.

Новая волна в графическом дизайне противостояла многим традиционным решениям в графическом дизайне. Полагают, что на развитие Новой волны повлияли уличные и музыкальные стили, а также развитие принципов постмодернизма. Основная особенность Новой волны – работа с текстом²⁹⁵. Мастера Новой волны изменили те правила, которые существовали в классическом дизайне. Одна из тем Новой волны – проверить границы читаемости текста. Новая волна сформировала важные векторы развития дизайна последующих лет²⁹⁶.

В последние годы XX века в графическом дизайне сформировалось два основных приема: скеоморфизм и Flat design (или «плоский дизайн»)²⁹⁷. Эти направления часто соседствовали или поддерживали друг друга. И скеоморфизм, и Flat design исходили из принципов использования объема в графическом дизайне²⁹⁸.

²⁹² Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

²⁹³ Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.

²⁹⁴ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

²⁹⁵ Васильева Е. Идея знака и принцип обмена в поле фотографии и системе языка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2016. вып. 1. С. 4-33.

²⁹⁶ Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>

²⁹⁷ 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.

²⁹⁸ Sharp H.; Rogers Y; Preece J. Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction. John Wiley & Sons, 2007.

Плоский дизайн предполагает использование двухмерных изображений, что легче с точки зрения дизайна и проще в техническом плане. В основу Flat Design положена последовательная, хорошо проработанная и узнаваемая художественная система, которая сформировала основу графического дизайна XX века. Это изначально позволяет рассматривать Flat Design как художественную систему, которая обладает последовательной глубокой художественной основой. Flat Design использует традиции наиболее важных изобразительных и дизайн-школ XX столетия²⁹⁹.

В третьей главе данной работы были рассмотрены вопросы, связанные с развитием индустрии путешествий. Туризм как явление формировался на протяжении долгого времени. Последовательное развитие туризма и, особенно, массового туризма связывают с XX столетием³⁰⁰. Полагают, что основные формы современной индустрии путешествий связаны с традицией так называемого «Большого путешествия» (Grand Tour)³⁰¹. Обычай «Большого путешествия», который, как правило, завершал процесс образования молодых европейских аристократов, сложился еще в XVII веке. Постепенно туризм становился все более массовым явлением. В 1841 году было основано одно из первых туристических агентств – компания Thomas Cook & Son.

Развитие туризма во второй половине XIX века стало одним из последствий промышленной революции.³⁰² Последовательное развитие туризма связано с первыми десятилетиями XX века. Этому способствовал процесс активного развития трансатлантических морских и воздушных линий, которые позволили организовать регулярное и быстрое перемещение между Старым и Новым светом. А также совершенствования системы скоростных железнодорожных перевозок в странах Европы и США. В 1936 году Лига Наций предложила одно из первых определений туризма. Туризм

²⁹⁹ 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

³⁰⁰ Jayaralan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

³⁰¹ Colletta L. The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.

³⁰² 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]

был определен как «поездка за границу на срок не менее суток»³⁰³. В 1945 году ООН обозначила, что туристическая поездка не может продолжаться более полугода.

В Третьей главе определены и проанализированы основные виды туризма -- культурный туризм, экологический туризм и рекреационный туризм. Культурный туризм может быть определен целью поездки.³⁰⁴ Культурным или познавательным туризмом называют такой вид туристической деятельности, где основной целью являются знакомство с памятниками культуры и достопримечательностями³⁰⁵. Экологический туризм можно разделить на две основные категории. Первое – это посещение экологически чистых и комфортных мест, посещение природы, которая сохранилась практически в первозданном виде. Второе – посещение объектов, которые считаются природными памятниками и входят в природоохранные списки. Рекреационный туризм – крайне широкое понятие. Сюда относят крайне широкий спектр мероприятий – от непродолжительных выездов на природу до медицинского туризма. Традиционно рекреационный туризм определяют как перемещение людей с целью отдыха и восстановления физических сил³⁰⁶.

Также в Третьей главе рассмотрен феномен интернационального массового туризма. Интернациональный (или международный) туризм – это туризм, который предполагает пересечение национальных и государственных границ. Стремительное развитие международного туризма стала возможна благодаря двум основным процессам – это развитие транспортной системы и процесс глобализации. Важно отметить, что международный туризм, а также туризм, связывающий Россию и Китай, носит массовый характер. Здесь мы можем говорить о развитии еще одного важного явления XX века – массового туризма³⁰⁷. Массовый туризм предполагает рост численности перемещений, а также – включение в туристический обмен более широких социальных слоев.

³⁰³ Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

³⁰⁴ 徐倩. 新媒体广告的视觉动态设计探析[J].现代国企研究.2015.[Сюй Цянь, Анализ визуально-динамического дизайна рекламы в новых медиа [J], Исследование современных государственных предприятий, 2015.]

³⁰⁵ Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009.

³⁰⁶ Мирошникова И. Рекреационный Туризм. СПб: СПбГУПТД, 2017. С. 361–363.

³⁰⁷ Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.

Международный туризм способствует поддержке межнациональных связей и культурных контактов. Интернациональный туризм способствует общению и помогает поддерживать дружбу между народами.³⁰⁸

В заключительной части третьей главы исследуются особенности развития рекламного сопровождения туристической отрасли на протяжении XX столетия. В первую очередь, речь идет о рекламном туристическом плакате. Это – основная визуальная форма, представлявшая новые туристические направления и новые возможности туризма. Развитие визуальной традиции туристического рекламного плаката тесно связано с историей графического дизайна XX века.

³⁰⁸ 谢朝武. “21 世纪海上丝绸之路”旅游安全风险与合作治理[J].旅游导刊 2018: 80—85.

[Се Чаову «Морской Шелковый путь 21 века», риск безопасности туризма и совместное управление [J], Путеводитель 2018: 80–85.]

Список литературы:

Литература на русском языке:

1. Аббасов И. Основы графического дизайна. М.: ДМК Пресс, 2008.
2. Адамов Е. Художественное конструирование и оформление книги. М.: ЭТ ВНИИ полиграфии, 1971.
3. Адамс С. Движение искусств и ремесел: путеводитель по стилю. Москва: Радуга, 2000.
4. Аллен Д. Базовые геометрические формы для дизайнеров и архитекторов. СПб.: Питер, 2017.
5. Алленов М. История русского искусства. Русское искусство XVIII - XX века. М.: Белый город, 2008.
6. Андреева А. Постмодернизм. Искусство второй половины XX века. СПб: Азбука-классика, 2007.
7. Аристова Ж.С., Васильева Е.В. Принципы интернационального стиля в системе flat-design: графическая форма и визуальные условия образовательных и музейных web-систем: Сборник статей/Казанский федеральный университет. - Казань, 2017. С. 96 - 97.
8. Аронов В. Дизайн в культуре XX века. 1945 —1990. М.: «Издатель Дмитрий Аронов», 2013.
9. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
10. Бабурина Н. Русский плакат (конец XIX - начало XX века). М.: Художник РСФСР, 2015.
11. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003.
12. Бархатова Н. Конструктивизм в советском плакате. М.: Контакт-культура, 2005.
13. Барышников Г., Бизяев А., Ефимов В., Моисеев А., Почтарь Э., Ярмола Ю. Шрифты. Разработка и использование. М.: «ЭКОМ», 1997.
14. Баухауз и художественные школы эпохи авангарда. Москва: МГХПА им. С. Г. Строганова : МАРХИ, 2019.
15. Бергер К. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. РИП-Холдинг, 2005.

16. Буковецкая О. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. М.: ДМК Пресс, 2000.
17. Булгаков Ф. Иллюстрированная история книгопечатания и типографского искусства. М.: ЛомоносовЪ, 2010.
18. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. М.: Издатель Дм. Аронов, 2006.
19. Бу И. Выставочные проекты Яна Фабра в классических художественных музеях: аспекты диалога традиции и современности // Музей. Памятник. Наследие. 2018. № 1 (3). С. 33-40.
20. Бу И. Система микрографики и визуальная практика «новой волны»: к определению принципов современного дизайна // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 3. С. 290—297.
21. Бхаскаран Л. Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы. М.: АСТ, 2014.
22. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стил и направления в современном искусстве и архитектуре. М.: Арт-Родник, 2006.
23. Бытачевская Т. Искусство как формообразующий фактор в дизайне. М.; Ставрополь, 2004.
24. Васильева Е. 36 эссе о фотографах. СПб.: Пальмира, 2022. 256 с.
25. Васильева Е. Швейцарский стиль: прототипы, возникновение и проблема регламента // Terra Artis, 2021, № 3.
26. Васильева Е. Маска и мистерия: бесформенное, артикуляция и культура карнавала // «Новая норма». Гардеробные и телесные практики в эпоху пандемии. Библиотека журнала «Теория моды». М.; НЛЮ, 2021, сс. 155 – 164.
27. Васильева Е. Фотография и внелогическая форма. М.: Новое литературное обозрение, 2019. 312 с.
28. Васильева Е. В. Город и тень. Образ города в художественной фотографии XIX — начала XX веков. Saarbrücken: LAP LAMBERT, 2013. 280 с.
29. Васильева Е. Ранняя городская фотография: к проблеме иконографии пространства // Международный журнал исследований культуры, 2020, № 1 (37), с. 65 — 86.
30. Васильева Е. «Сцена в библиотеке»: проблема вещи и риторика фотографии // Международный журнал исследований культуры. 2020. № 3.

31. Васильева Е. Национальная романтика и интернациональный стиль: к проблеме идентичности в системе финского дизайна // Человек. Культура. Образование. 2020, 3 (37), с. 57 - 72.
32. Васильева Е. Петербургская школа моды: от минимализма к деконструкции // Трансформация старого и поиск нового в культуре и искусстве 90-х годов XX века. Материалы научной конференции. Санкт-Петербург: Музей искусства Санкт-Петербурга XX-XXI веков, 2020. с. 46-53.
33. Васильева Е. СтереогRAFия Шухова: конструкция и пространство // Неизвестное российское фотоискусство: Сборник статей. М.: Три квадрата, 2020.
34. Васильева Е. Финский дизайн стекла: апроприации, идентичность и проблема интернационального стиля // Теория моды: тело, одежда, культура. 2020, № 55, с. 259—280.
35. Васильева Е. Стратегия моды: феномен нового и принцип устойчивости // Теория моды: одежда, тело, культура. 2019, № 54, с. 19 — 35.
36. Васильева Е. Принцип объекта / Пространство формы // Теория моды: одежда, тело, культура. 2019, № 54, с. 315—319.
37. Васильева Е. Деконструкция и мода: порядок и беспорядок // Теория моды: одежда, тело, культура. 2018. № 4. С. 58-79.
38. Васильева Е. Эжен Атже: художественная биография и мифологическая программа // Международный журнал исследований культуры, № 1 (30) 2018. С. 30 — 38.
39. Васильева Е. Феномен модной фотографии: регламент мифологических систем // Международный журнал исследований культуры, № 1 (26) 2017. С. 163—169.
40. Васильева Е. Фигура Возвышенного и кризис идеологии Нового времени // Теория моды: тело, одежда, культура. 2018. № 47. С.10 — 29.
41. Васильева Е. Идеология знака, феномен языка и «Система моды» / Теория моды: тело, одежда, культура. 2017. № 45. С.11 — 24.
42. Васильева Е. Система традиционного и принцип моды / Теория моды: тело, одежда, культура. 2017. № 43. С. 1-18.
43. Васильева Е. Фотография и внелогическая форма. Таксономическая модель и фигура Другого / Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2017, № 1 (111). С. 212—225.

44. 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.
45. Васильева Е. Феномен Женского и фигура Сакрального / Теория моды: тело, одежда, культура. 2016. № 42. С. 160—189.
46. Васильева Е. Дюссельдорфская школа фотографии: социальное и мифологическое // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2016. Вып. 3. С. 27-37.
47. Васильева Е. Идея знака и принцип обмена в поле фотографии и системе языка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2016. вып. 1. С. 4-33.
48. Васильева Е. Музыкальная форма и фотография: система языка и структура смысла // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2015. вып. 4. С. 28-41.
49. Васильева Е. Фотография и феноменология трагического: идея должного и фигура ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2015. вып. 1. С. 26-52.
50. Васильева Е. Сьюзан Зонтаг о фотографии: идея красоты и проблема нормы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2014. вып. 3. С. 64-80.
51. Васильева Е. Фотография и феномен времени // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2014. вып. 1. С. 64-79.
52. Васильева Е. Характер и маска в фотографии XIX в // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15. Искусствоведение. 2012. вып. 4. С. 175—186.
53. Васильева Е.; Бу И. Фарфор Жу Яо и принципы минимализма: к проблеме чувства формы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2021. № 42. С. 43-52.
54. 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.
55. Васильева Е. Гырдымова И. Идеология телесного и генеративный дизайн в системе визуальной идентичности XX в. / Материалы II Международной научной конференции «Визуальная коммуникация в социокультурной динамике». Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Набережные Челны, 2016, с. 66 -69.

56. Васильева Е. Ли М. Иллюстрация детских книг в современной Японии: базовые принципы и основные имена // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 2 (54). – С. 115–123
57. Величко Н. Русская роспись : Техника. Приемы. Изделия. М.: АСТ - ПРЕСС КНИГА, 2011.
58. Виноградова Н. Искусство средневекового Китая. М.: Издательство академии художеств СССР, 1962.
59. Вильберг Г. Форсман Ф. Азбука Книжного Дизайна. СПб.: АСТ, 2003.
60. Водчиц С.: Эстетика пропорций в дизайне. Система книжных пропорций. М.: Техносфера, 2005.
61. Вся история искусства : Живопись, архитектура, скульптура, декоративное искусство. М.: АСТ: Астрель, 2007.
62. Георгиева Т. Графические методы представления акустического пространства: практика классического дизайна и звуковая среда большого города в интернациональной среде // Межкультурный диалог в современном мире. Казань: Бук, 2018, с. 170 - 176.
63. Герман М. Модернизм: искусство первой половины XX века. СПб.: Азбука-классика, 2003.
64. Герчук Ю. История графики и искусства книги. М.: Аспект-пресс, 2000.
65. Глинтерник Э. Реклама в России XVIII – первой половины XX века. СПб.: Аврора, 2007.
66. Гордон Ю. Книга про буквы от Аа до Яя. М.: Студиз Артемия Лебедева, 2006.
67. Гордон Б. Графический дизайн. М.: РИП-Холдинг, 2017.
68. Грайс, Д. Графические средства персонального компьютера. М.: Мир, 2015.
69. Даниэль С. Искусство видеть: о творческих способах восприятия, о языке линий и красок, о воспитании зрителя. Л.: Искусство, 1990.
70. Дизайн. Документы-3. Архитектура, дизайн, искусство: Сборник материалов. Тюмень: Тюменский колледж искусств, 2003.
71. Дизайн: история, современность, перспективы. М.: Мир энциклопедий Аванта+; Астрель, 2011.
72. Дизайн: Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайн-проектирования. Мастера и теоретики. М.: Архитектура, 2004.

73. Дмитриева Н. Краткая история искусств. От древнейших времен по XVI век. М.: Искусство, 1985.
74. Евстафьев В., Пасютина Е. История российской рекламы. М.: ИМА-пресс, 2002.
75. Жегалова, С. К. Русская народная живопись. М.: Просвещение, 1975.
76. Залогова Л. Компьютерная графика. Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005.
77. История искусства : Художники, памятники, стили. М.: АСТ: Астрель, 2006.
78. Иттен Й. Искусство цвета. М.: «Издатель Дмитрий Аронов», 2001.
79. Кандинский В. О духовном в искусстве. Москва: Рипол-Классик, 2016.
80. Карповская Е. Визуальные коммуникации в графическом дизайне. М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017.
81. Клифорд Д. Иконы графического дизайна. М: Эксмо, 2015.
82. Ковалева Е. Концепция гипертекста и графические методы ее визуальной организации в международном пространстве // Межкультурный диалог в современном мире. Казань: Бук, 2018, с. 180 - 185.
83. Ковешникова Н. История дизайна: учебное пособие. Москва: Омега-Л, 2011.
84. Кон-Винер Э. История стилей изобразительных искусств. М.: Ленанд, 2015.
85. Королева А. Концепция нового дизайна и фотография в периодических печатных изделиях Баухауса // Искусство и дизайн: история и практика. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 299-305.
86. Кричевский В. Типографика в терминах и образах. М.: СЛОВО, 2000.
87. Курушин В. Графический дизайн и реклама. М.: ДМК-Пресс, 2001.
88. Лаптев В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий. М.: РИП-холдинг, 2007.
89. Ли М. Феномен "детского конструктивизма" и советская книжная графика 1920-х годов // Вестник Восточно-Сибирской государственной академии культуры и искусств, 2018/1 (5), с. 114 - 123.
90. Лола Г. Метафизика дизайна. — М.: Издательство СПбГУ. 2014.

91. Лотман Ю. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект, 2002.
92. Ляхов В. Искусство книги: иллюстрация, книга, графика. М., Советский художник, 1978.
93. Макарова М. Дизайн и телевидение: интернациональный стиль и проблема минимализма // Месмахеровские чтения - 2021. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 145-летию ЦУТР барона Штиглица -ЛВХПУ им. В. И. Мухиной - СПГХПА им. А. Л. Штиглица. Санкт-Петербург, 2021. С. 649-654.
94. Мирошникова И. Рекреационный Туризм. СПб: СПбГУПТД, 2017. С. 361–363.
95. Михайлов С. История дизайна. М.: Союз дизайнеров России, 2006.
96. Назаркина В. и др. Виды и тенденции развития туризма. Новосибирск: НГТУ, 2014.
97. Норман Д. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
98. Овчинникова Р. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. М.: ЮНИТИ, 2009.
99. Осадченко О. Японская школа графического дизайна: к вопросу идентификации интернационального стиля // Месмахеровские чтения - 2021. Материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург: СПГХПА, 2021. С. 161-166.
100. Осадченко О. Интернациональный стиль: проблема определения и специфика японского дизайна // Общественная дипломатия глазами студента-международника. Сборник материалов международной научно-практической студенческой конференции. 2019. С. 168-173.
101. Осадченко О. Японская школа графического дизайна и визуальные принципы современной дизайн-системы в пространстве межкультурного взаимодействия // Межкультурный диалог в современном мире. Казань: Бук, 2018, с. 185 - 189..
102. Петрухина О. Графический Дизайн и Виртуальная Среда: Реальность и Перспективы // Философия и культура. - 2019. - № 1. - С.13-19.
103. Пикок Д. Издательское дело: Книга от замысла до упаковки. М.: ЭКОМ, 2000.

104. Подобедова О. О природе книжной иллюстрации. М.: Советский художник, 2010.
105. Позднякова К. Художественные мастерские в России в конце XIX – начале XXI века // Мир современной науки. 2016. № 2 (36). С. 99-105.
106. Позднякова К. Китайская школа графического дизайна: новый вызов для российской дизайн-педагогике // Университетский научный журнал. 2018. № 36. С. 125-128.
107. Рихтер Х. Дада - искусство и антиискусство. Москва: Гилея, 2014.
108. Родькин П. Футуризм и современное визуальное искусство. М.: Совпадение, 2006.
109. Розенсон И. Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 2006.
110. Рудер Э. Типографика. М.: Книга, 1982.
111. Русев И. Основы экотуризма. Одесса, 2004.
112. Рынейская А. Поиск Цветового Эталона Графического Дизайна Для Туриндустрии // Символ науки: международный научный журнал. - 2016. - № 11-4 (23). - С. 208-210.
113. Сарабьянов Д. Стилль модерн: Истоки. История. Проблемы. М.: Искусство, 1989.
114. Смирнов С. Шрифт и шрифтовой плакат. М.: Плакат, 2017.
115. Смирнов С. Шрифт в наглядной агитации. М.: Плакат, 1990.
116. Сперанская В., Лисовский В. & Потапов В. От «Сарской дороги» до «проспекта Победы». Этапы формирования архитектурного ансамбля Московского проспекта в Санкт-Петербурге // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15, Искусствоведение, 2020, № 4, стр. 637-682.
117. Сперанская В. & Лавров Л. Когда деревья стали большими...: (о восстановлении исторических открытых пространств центра Петербурга) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 15, Искусствоведение, 2017, стр. 223-248.
118. Сперанская В. Основы методики научно-исследовательской работы и проблемы анализа художественных произведений. СПб.: Астерион, 2008.
119. Сперанская В. Страницы истории советской архитектуры 1930-х годов // Декоративное искусство и дизайн: проблемы образования, творчества и художественного наследия, 1990.

120. Сперанская В. & Астафьева-Длугач М. Архитектор Сергей Сперанский. М.: Стройиздат, 1989.
121. Стародумова Е. Метод кинетической типографики и феномен классического дизайна. Опыт футуристов в современной визуальной программе // Искусство и дизайн: история и практика. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 362-366.
122. Стаськова А. Визитные карточки Джорджа Мачюнаса в контексте интернациональной художественной системы XX века // Межкультурный диалог в современном мире. Казань: Бук, 2018, с. 189 - 195.
123. Тяпкин Б. Работа редактора над книжными иллюстрациями. М.: Книга, 2012.
124. Фиртич Е. Джон Кейдж и проблема визуального представления акустического пространства // Искусство и дизайн: история и практика. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 367-371.
125. Феличи Д. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2004.
126. Фил Ш., Фил П. Графический дизайн в XXI веке. М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2016.
127. Фремpton К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития. М.: Стройиздат, 1990.
128. Хембри Р. Самый полный справочник. Графический дизайн. М.: АСТ: Астрель, 2008.
129. Черневич Е. Графический дизайн в России. М.: СЛОВО/SLOVO, 2017.
130. Чихольд Я. Новая типографика (1928). М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2011.
131. Чихольд Я. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике (1951). М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2008.
132. Элам К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. СПб: Питер, 2011.

133. Яхнин А. Дизайн как оборотная сторона современного искусства // Яхнин, А. Л. Антиискусство: записки очевидца. М.: Книжница, 2011. – С. 90-93.

Литература на английском языке:

134. Abstract art in the late twentieth century. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
135. Adams S., Dawson P., Foster J., Seddon T. Graphic design rules. New York: Princeton Architectural Press, 2020.
136. Ambrose G., Harris P. Basics Design: Typography. Lausanne: AVA Publishing SA, 2005.
137. Ash J. et al. The Russian Avant-Garde Book 1910–1934. New York: Museum of Modern Art, 2002.
138. Casson L. Travel in the Ancient World. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1994.
139. Barnstone D. Beyond the Bauhaus: cultural modernity in Breslau, 1918-33. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2016.
140. Bartram A. Futurist Typography and the Liberated Text. New Haven: Yale University Press, 2006.
141. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford: CAB International, 2002.
142. Betancourt M. Typography and motion graphics: the 'reading-image'. New York: Routledge, 2019.
143. Bill M. Funktion und Funktionalismus. Schriften 1945–1988. Benteli, Bern 2008.
144. Blackwell L. Twentieth-Century Type. Yale University Press, 2004.
145. Blotkamp C. Mondrian: The Art of Destruction. London: Reaction Books, 1995.
146. Bois Y-A., Herkenhoff P., Jiménez A. Geometric abstraction. The catalog Of the Exhibition Cambridge (Mass.): Harvard university Art museums, 2001.

147. Bringhurst R. *The Elements of Typographic Style*. Dublin: Hartley and Marks Publishers, 2004.
148. Burger J. *Landscapes, tourism, and conservation // Science of the Total Environment*. 2000. № 249 (1–3). P. 39–49.
149. Caglar O. *The Use of Scientific Symbols and Equations in Graphic Design // Anadolu University Journal of Art & Design*. - 2014. – No. 6.- C. 113-127.
150. Carter R. *Typographic Design: Form and Communication*. Sydney: Van Nostrand Reinhold, 1993.
151. Ceballos-Lascuráin H. *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism around the World and Guidelines for Its Development // IUCN Publications, Cambridge, 1996*.
152. *China – the new number one tourism source market in the world // World Tourism Organization*. 4 April 2013.
153. Colletta L. *The Legacy of the Grand Tour: New Essays on Travel, Literature, and Culture*. London: Fairleigh Dickinson University Press, London, 2015.
154. Cramsie P. *The Story of Graphic Design*. New York: Abrams, 2010.
155. Crouch C. *Modernism in art, design and architecture*. New York: St. Martin's press, 1999.
156. Cullen K. *Design Elements, Typography Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design*. New York: Rockport Publishers. - 2012.
157. *Dictionary of Graphic Design*. London: Thames and Hudson, 1999.
158. Dillon A. *Design rationale: Concepts, techniques, and use // Journal of the American Society for Information Science & Technology*. - 1997. - No. 48.- C. 762-763.
159. Drucker J. *Theorizing modernism: Visual Art and The Critical Tradition*. New York: Columbia univ. Press, 1994.
160. Edmondson R.; Jordan L.; Prodan A. *The UNESCO Memory of the World Programme: Key Aspects and Recent Developments*. Cham: Springer Nature Switzerland, 2020.
161. Eskilson S. *Graphic Design: A New History*. London: Laurence King Publishing Ltd., 2007.

162. Fiedler J., Peter Feierabend P. Bauhaus. Köln: Könemann, 1999.
163. Fiell C. Contemporary Graphic Design. Köln: Taschen GmbH, 2007.
164. Fiell C. Graphic Design Now. Köln: Taschen GmbH, 2006.
165. Foster J. New Masters of Poster Design: Poster Design for the Next Century. Beverly: Rockport Publishers, 2006.
166. Frutiger A. Type Sign Symbol. Zurich: ABC, 1981.
167. Gahlinger P. The Medical Tourism Travel Guide: Your Complete Reference to Top-Quality, Low-Cost Dental, Cosmetic, Medical Care & Surgery Overseas. Berlin: Sunrise River Press, 2008.
168. Geoffrey T. The Grand Tour. Boston: Yale University Press, 1991.
169. Gessler N. Skeuomorphs and Cultural Algorithms // Archived from the original on 24 June 2012.
170. Graphic design discourse: evolving theories, ideologies, and processes of visual communication New York: Princeton Architectural Press, 2017.
171. Harrison S. Pop art and the origins of post-modernism. Cambridge: Cambridge univ. Press, 2001.
172. Heiz A. Swiss Graphic Design. Berlin: Die Gestalten Verlag, 2000.
173. Heller S. Design and Style. Bauhaus and New Typography. Cohoes: Mohawk Papers Mills, 1992.
174. Heller S. Graphic Design History. New York, Allworth Press, 2007.
175. Hitchcock H-R.; Johnson P. The International Style (1932). New York: W. W. Norton & Company, 1997.
176. Hofmann A. Graphic Design Manual. New York: Arthur Niggli, 2001.
177. Hollis R. Swiss Graphic Design. The Origins and Growth of an International Style. 1920 -1965. London: Laurence King Publishing, 2006.
178. Ivanovic M. Cultural Tourism. New York: Juta and Company Ltd, 2009.
179. Jaffé H. De Stijl. 1917—1931. The Dutch Contribution to Modern Art. Amsterdam: J.M. Meulenhoff, 1956.
180. Janssen H.; White M. The Story of De Stijl. Lund: Lund Humphries, 2011.
181. Jayapalan N. Introduction To Tourism. Atlantic Publishers & Dist., 2001.

182. Kagermeier A., Bulence P., Egger R. Gamification in Tourism. Designing memorable experiences // Zeitschrift für Tourismuswissenschaft. 2016. No. 8. C.164 – 169.
183. Kunz W. Typography: Formation and Transformation. Zurich: A. Niggli, 2004.
184. Lalicic Lidija, Marine-Roig Estela, Ferrer-Rosell Berta, Martin-Fuentes Eva. Destination image analytics for tourism design: An approach through Airbnb reviews // Annals of Tourism Research. - 2021. - No. 86.
185. Landa R. Graphic design solutions. Boston, MA: Cengage Learning, 2017.
186. Lagace M. The Rise of Medical Tourism // Harvard Business School Working Knowledge, December 17, 2007.
187. Lim C. Digital Omotenashi: Toward a Smart Tourism Design Systems // Sustainability. - 2017. - No. 9.- C. 2175
188. Love T. Philosophy of design: a meta-theoretical structure for design theory // Design Studies. - 2000. - No. 21.- C. 293-313.
189. Lupton E. Mixing messages: graphic design in contemporary culture. New York: Cooper-Hewitt, National Design Museum, Smithsonian Institution, Princeton Architectural Press, 2006.
190. Mazanec J. Hidden theorizing in big data analytics: With a reference to tourism design research // Annals of Tourism Research. - 2020. - No. 83.
191. McKercher B.; Cros H. Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. New York: Routledge, 2002.
192. Meggs P. A History of Graphic Design. New York: John Wiley & Sons Inc, 1983.
193. Meggs P. Type and image: the language of graphic design. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.
194. Meyer U. Bauhaus. München: Prestel, 2006.
195. Millman D. The Principles of Graphic Design. New York: HOW Books, 2009.
196. Minick S., Ping J. Chinese graphic design in the twentieth century. New York: Thames and Hudson, 2010.
197. Müller-Brockmann J. History of the Poster. Zurich: ABC Press, 1971.

198. Müller-Brockmann J. Grid Systems in Graphic Design. Teufen: Verlag A. Niggli, 1981.
199. Nowaczek A. Ecotourism: Principles and Practices // Annals of Tourism Research. 2010. № 37. P. 270–271.
200. Rand P. Design, Form and Chaos. New Heaven: Yale University Press, 1993.
201. Rickey G. Constructivism: Origins a. Evolution. New York: Braziller, 1967.
202. Richards C. Cultural Tourism: Global and local perspectives. New York: Routledge, 2007.
203. Rubin W. Dada and surrealist art. New York: H. N. Abrams, 1968.
204. Scott D. Design in Airline Travel Posters 1920–1970 A Semiology and Sociocultural History. Anthem Press, 2021.
205. Sharp H.; Rogers Y; Preece J. Interaction Design: Beyond Human–Computer Interaction. John Wiley & Sons, 2007.
206. Smith B. Modernism's history: A study in twentieth-cent. New Haven; London: Yale univ. Press, 1998.
207. Spencer H. Pioneers of Modern Typography. London: Lund Humphiers, 1990.
208. Sternberg E. The iconography of the tourism experience // Annals of Tourism Research. - 1997. - No. 24.- C. 951-969.
209. Theobald W. Global Tourism. London: Oxford, 1998.
210. Triggs T. Type Design: Radical Innovations and Experimentation. New York: HarperCollins Publishers, 2003.
211. Triggs T., Lovell O. The Arts & Crafts Movement. New York: Parkstone International, 2014.
212. Weingart W. Typography: My Way to Typography. Baden: Lars Müller Publishers, 2000.
213. White M. De Stijl and Dutch Modernism. Manchester: Manchester University Press, 2003.
214. Williamson A. The Golden Age of Travel. London: Thomas Cook, 1998.
215. Woodham J. 20th Century Design. London: Gareth Stevens Pub, 2000.

216. Woodham J. Breuer, Marcel // A Dictionary of Modern Design. London: Oxford University Press, 2005.
217. World Tourism Organization. UNWTO Annual Report 2017. UNWTO: Madrid, 2018.
218. World Tourism Organization. UNWTO World Tourism Barometer Interim Update. August 2010.
219. Yue Z. On Flat Design Popular in Graphic Design // Scientific Journal of Economics and Management Research. - 2020. - No. 2.
220. Zeping H. Research on Color Application in Graphic Advertisement Design // International Journal of Social Sciences in Universities. - 2020. - No. 3.
221. Zhao C. Analysis on the Artistic Style of Tourism Product Design under the Combination of Creativity and Aesthetics/Creativity And Innovation. - 2020. - No.4.

Литература на китайском языке:

222. 陈君.中国当代艺术中传统文化符号的演绎[D].华东师范大学,2007. [Чен Цзюнь. Интерпретация традиционных культурных символов в современном китайском искусстве [D], Восточно-китайский педагогический университет, 2007.]
223. 董锦. 旅游纪念品的符号语义研究[J]. 美术大观, 2015(1). [Донг Цзинь, Исследование символической семантики туристических сувениров[J], The Grand View of Fine Arts, 2015(1).]
224. 杜妍.城市旅游标志与视觉形象设计研究[D].西安: 西安理工大学,2010: 29—31.[Ду Янь Исследование логотипов и визуальных образов городского туризма [D] Сиань: Сианьский технологический университет, 2010: 29-31.]
225. 段运冬.视觉文化的“创世纪”——新媒体艺术及其对影像文化的促动 [J].美术研究,2004(04):108-112.[Дуань Юньдун, «Генезис» визуальной культуры: искусство новых медиа и его продвижение в культуру изображений [J], Art Research, 2004(04):108-112.]

226. 冯崇裕. 创意工具[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.[Фэн Чуньюй, Инструменты для творчества [М], Шанхай: Шанхайское народное издательство, 2010.]
227. 胡飞. 基于群体文化学的产品语意设计程序与方法[C]. 2004 年工业设计国际会议论文集, 2004. [Ху Фэй, Процедуры и методы семантического дизайна продукта, основанные на групповой культуре [С], Материалы Международной конференции по промышленному дизайну 2004 г., 2004 г.]
228. 刘立宇. 新媒介与中国当代艺术变革 [D] . 北京: 中国艺术研究院, 2010: 28—29. [Лю Лию. Новые медиа и трансформация китайского современного искусства [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 28-29.]
229. 宁晓萌. 表达与存在: 梅洛-庞蒂现象学研究[M].北京:北京大学出版社.2012.[Нин Сяомэн, Выражение и существование: феноменологическое исследование Мерло-Понти [М], Пекин: издательство Пекинского университета, 2012.]
230. 舒咏平. 品牌传播论[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010: 56—76.[Шу Юнпин, Теория бренд-коммуникаций [М], Ухань: Huazhong University of Science and Technology Press, 2010: 56-76.]
231. 滕守尧. 知识经济时代的美学与设计[M]. 南京出版社, 2006.[Тэн Шоуяо, Эстетика и дизайн в эпоху экономики знаний [М], Nanjing Press, 2006.]
232. 王宝林. 南京云锦 [M]. 北京: 文化艺术出版社, 2012: 17.[Ван Баолин. Нанкин Юнджин [М], Пекин: Издательство о культуре и искусстве, 2012: 17.]
233. 王静. 跨界—当代艺术的跨领域实践者及其思考[M]. 新星出版社. 2010 .[Ван Цзин, Преодоление границ — междисциплинарные практики современного искусства и их размышления [М]. Нова Пресс. 2010 .]
234. 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 89. [Ван Вэньюй, Исследование инновационных методов дизайна туристических культурных продуктов [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(14): 89.]

235. 王艳艳. 旅游纪念品地方特征的提取和保护[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 148. [Ван Яньян, Извлечение и защита местных особенностей туристических сувениров [J], Упаковочная техника, 2015, 36(10): 148.]
236. 王周. 台湾文创 惊艳申城——来自 2014 ILC 的报道[J]. 家具与室内装饰, 2014(10): 102—103.[Ван Чжоу. Тайваньская культурная и творческая индустрия поражает в Шанхае — отчет ILC 2014 [J] Мебель и декор интерьера, 2014(10): 102—103.]
237. 王周. 玩美文创玩设计[J]. 家具与室内装饰, 2014(11): 108—111. [Ван Чжоу Дизайн игры [J] Мебель и декор интерьера, 2014(11): 108—111.]
238. 夏翔. 论当代艺术与设计的关系 [D] . 南京: 南京艺术学院, 2014: 11—15. [Ся Сян. О взаимосвязи современного искусства и дизайна [Д]. Нанкин: Нанкинский университет искусств, 2014: 11—15.]
239. 谢朝武. “21 世纪海上丝绸之路”旅游安全风险与合作治理[J]. 旅游导刊 2018: 80—85. [Се Чаову «Морской Шелковый путь 21 века», риск безопасности туризма и совместное управление [J], Путеводитель 2018: 80—85.]
240. 徐倩. 新媒体广告的视觉动态设计探析[J]. 现代国企研究. 2015. [Сюй Цзянь, Анализ визуально-динамического дизайна рекламы в новых медиа [J], Исследование современных государственных предприятий, 2015.]
241. 许鹏等. 新媒体艺术论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006. [Сюй Пэн и др. Теория искусства новых медиа [M], Пекин: Higher Education Press, 2006.]
242. 杨键, 耿卫东, 潘云鹤, 等. 基于图像的虚拟景观漫游 [J]. 计算机辅助设计与图形学学报, 2001, 13(3): 229- 235.[Ян Цзянь, Гэн Вэйдун, Пан Юнхэ и др. Виртуальный ландшафт на основе изображений [J], Журнал компьютерного дизайна и графики, 2001, 13(3): 229-235.]
243. 杨晨. 锦州城市旅游工艺品资源创新研发之文化解读[J]. 包装工程, 2014.[Ян Чен. Культурная интерпретация Цзиньчжоуского городского туризма, ремесел, ресурсов, инноваций и исследований [J]. Упаковочная инженерия, 2004]
244. 杨哲. 数字时代平面设计的发展趋势探究[J]. 大众文艺. 2012. [Ян Чжэ. Исследование тенденций развития графического дизайна в эпоху цифровых технологий [J]. Популярная литература. 2012.]

245. 于学文. 中国当代艺术中的西方模板 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2010: 4—6. [Юй Сюэвэнь. Западные шаблоны в китайском современном искусстве [D]. Пекин: Китайская академия искусств, 2010: 4-6.]
246. 张野, 纪托. 以福纹为例探析传统吉祥符号构成的设计思维[J]. 装饰, 2013(12). [Чжан Е, Цзи Туо. Взят Фу Вэнь в качестве примера для анализа дизайн-мышления традиционных благоприятных символов[J], Украшение, 2013(12).]
247. 张玉萍, 陆瀚. 羌族文化产品设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(4): 125.[Чжан Юпин, Лу Хань, Исследование дизайна культурных продуктов Цян [J], Упаковочная инженерия, 2015, 36(4): 125.]
248. 郑凯方. 基于人性化意识的图形化用户界面设计研究 [D]. 长沙: 湖南大学, 2010. [Чжэн Кайфан, Исследование графического дизайна пользовательского интерфейса на основе гуманизированного понимания [D], Чанша: Хунаньский университет, 2010.]
249. 周小瓿, 周筱馨. 在传统中探寻本土设计[J]. 装饰, 2005(11). [Чжоу Сяоу, Чжоу Сяоксин, Изучение местного дизайна в традициях [J], Оформление, 2005(11).]
250. 王受之, 世界平面设计史, 中国青年出版社, 2018 [Ван Шоужи. История мирового графического дизайна. Китайская молодежная пресса, 2018]
251. 田中一光, 设计的觉醒, 广西师范大学出版社, 2010 [Игуан Танака. Пробуждение Дизайна. Guangxi Normal University Press, 2010]
252. 夏燕靖. 中国设计史. 上海人民美术出版社, 2013. [Ся Яньцзин. История китайского дизайна. Шанхайское народное издательство изящных искусств, 2013.]
253. 田中久美子, 原弘始, 林晶子, 山田纯也, 版式设计原理, 中国青年出版社, 2015 [Кумико Танака, Хун Шиюань, Цзинцзин Лин, Цзюня Ямада. Принципы разработки макетов. Китайская молодежная пресса, 2015]
254. 中国文化在包装设计中的应用与传承, 王伟峰 (2017/06/08), P76-76. [Ванг Вайфенг. Применение и наследование китайской культуры в дизайне упаковки (2017/06/08), P76-76.]
255. 毕学锋, 平面设计简史, 广西美术出版社, 2018 [Би Сюэфэн. Краткая история графического дизайна». Издательство Guangxi Fine Arts, 2018]

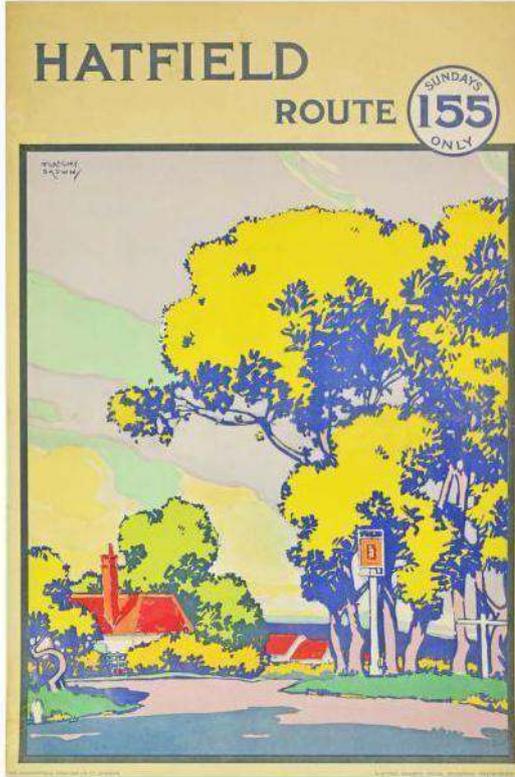
Интернет-источники:

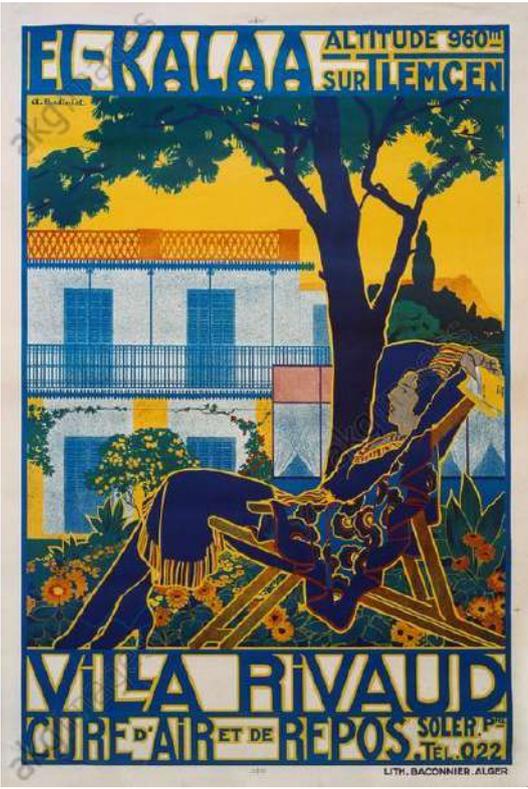
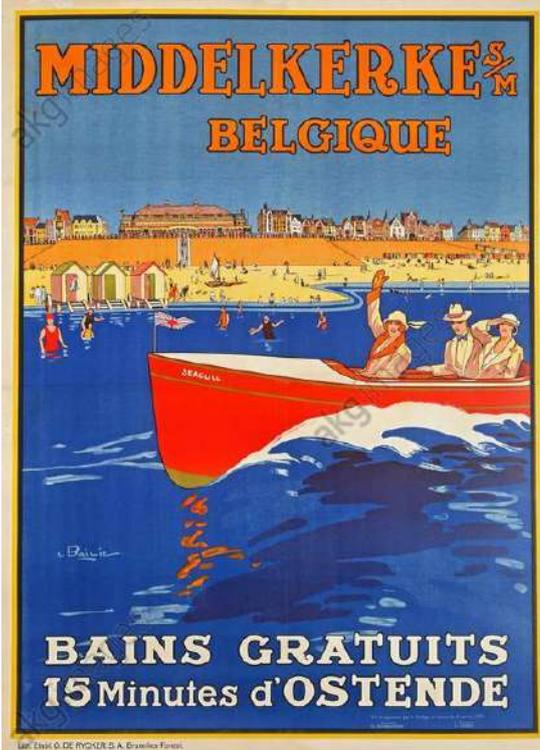
256. Васильева Е. Современные проблемы дизайна. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>
257. Васильева Е. Научно-исследовательская работа: производственная практика. Электронный курс в системе Blackboard. <https://bb.spbu.ru/>
258. Шолохов А. Техническая эстетика и дизайн. Образно-художественные аспекты формирования визуального содержания в рекламной графике. <http://www.referun.com/n/obrazno-hudozhestvennye-aspekty-formirovaniyavizualnogosoderzhaniya-v-reklamnoy-grafike> (дата обращения 10.10.2020)

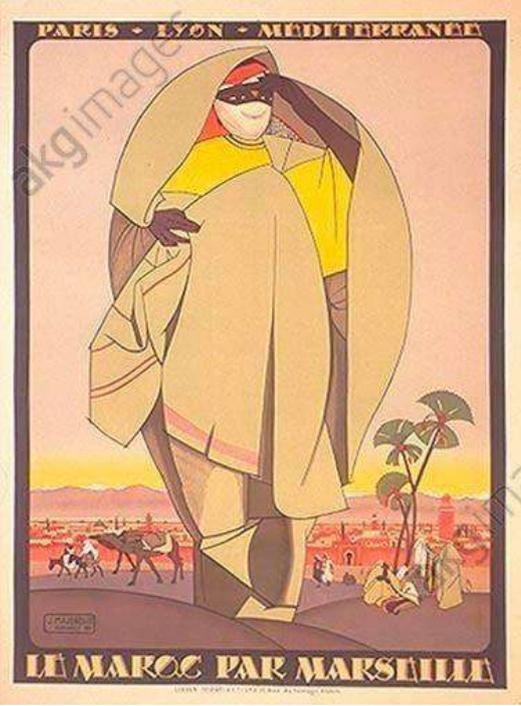
Приложение 1:

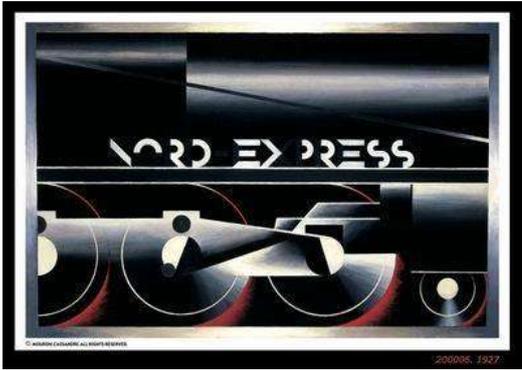
,

год	плакат	автор	Название работы
1900		Иван Билибин	Москва
1910		Один.Розенвинг	Аргентина (Солнечный Юг) и Бразилия

год	плакат	автор	Название работы
1911		Эрдт, Ганс Руди	Berlin International Travel Fair
1916		Ф.Грегори.Браун	Hatfield

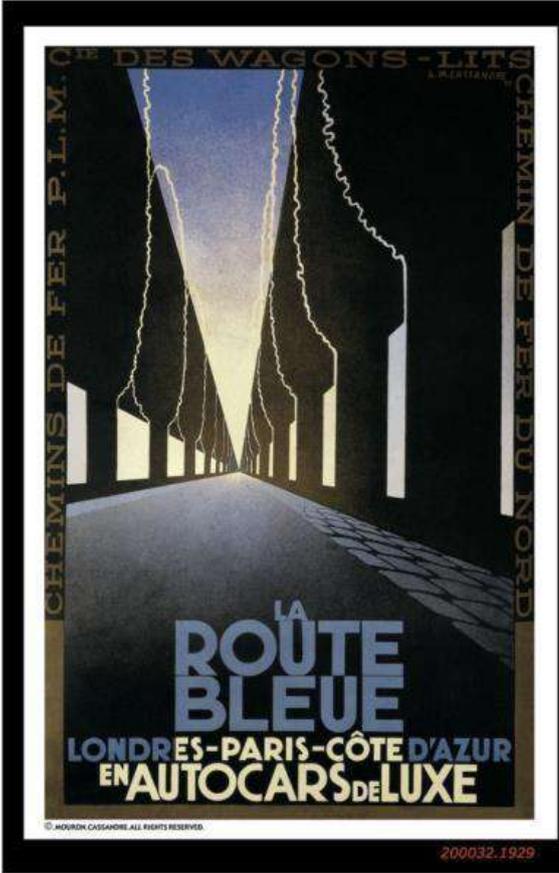
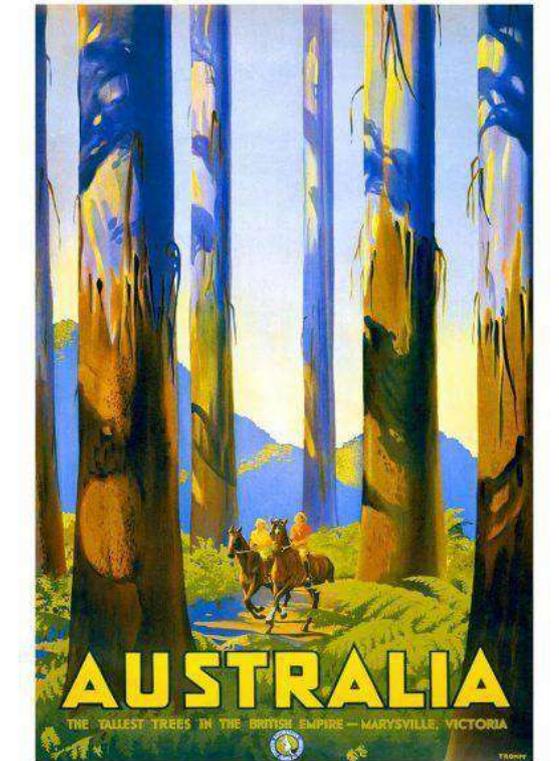
год	плакат	автор	Название работы
1920		A. B Odin IE R	Эль-Келаа-де-Срагна
1923		Samuel Colville Bailie	Middelkerke Belgium Free Baths

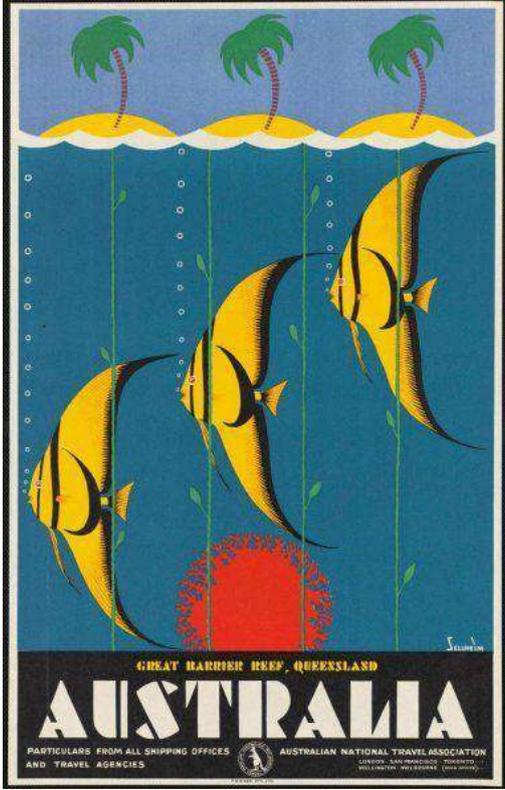
год	плакат	автор	Название работы
1925		Альфред Махлау	Любек, Гавань
1926		Жак Мажорель	Morocco marseille

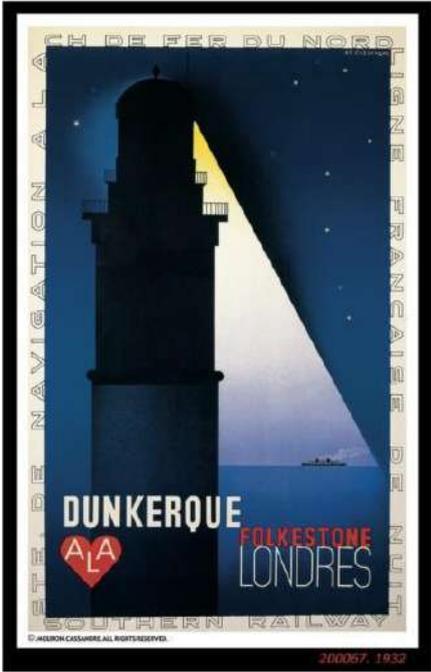
год	плакат	автор	Название работы
1926		Анонимный	Авиакомпания Societe des lignes Latécoere
1927		А. М. Кассандр	Норд Экспресс

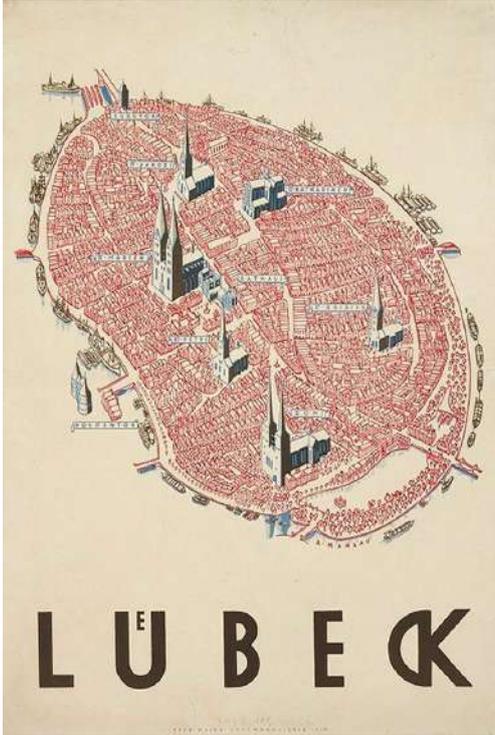
год	плакат	автор	Название работы
1927		А. М. Кассандр	Nord Express Paris-Varsovie
1928		А. М. Кассандр	LMS Best Way

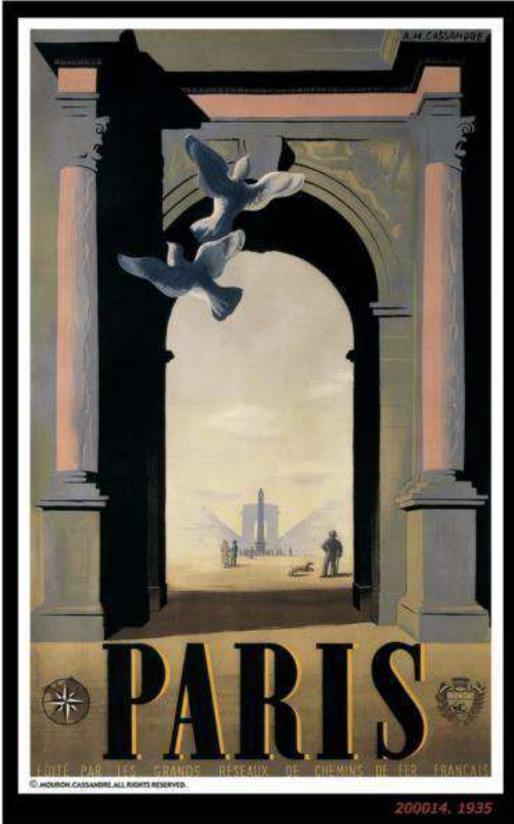
год	плакат	автор	Название работы
1928		А. М. Кассандр	Лондон
1929		А. М. Кассандр	Chemin De Fer Du Nord

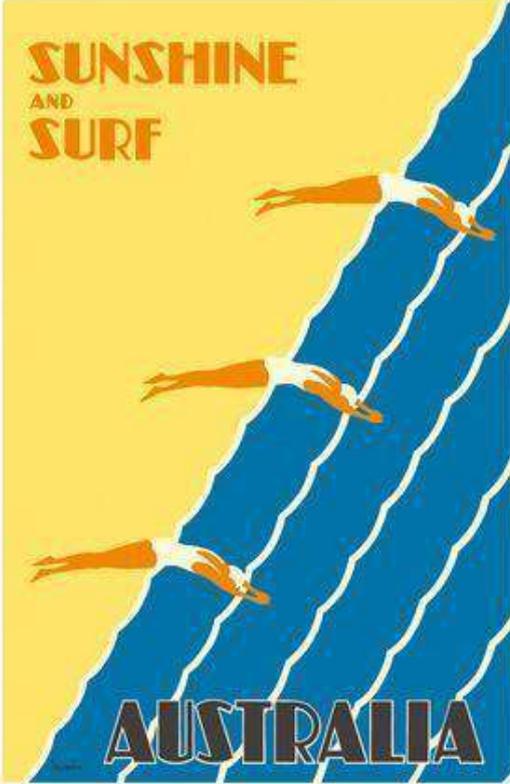
год	плакат	автор	Название работы
1929		А. М. Кассандр	La Route Bleue
1930		Перси Тромпф	Australia peregrinatione

год	плакат	автор	Название работы
1930		Герт Селлхейм	Australia-Magna Obex Reef
1931		Отто Арпке	Немецкий lufthansa

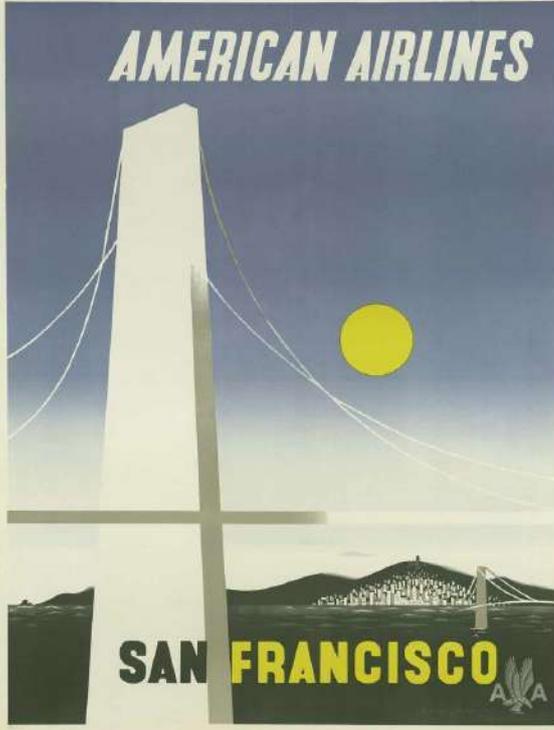
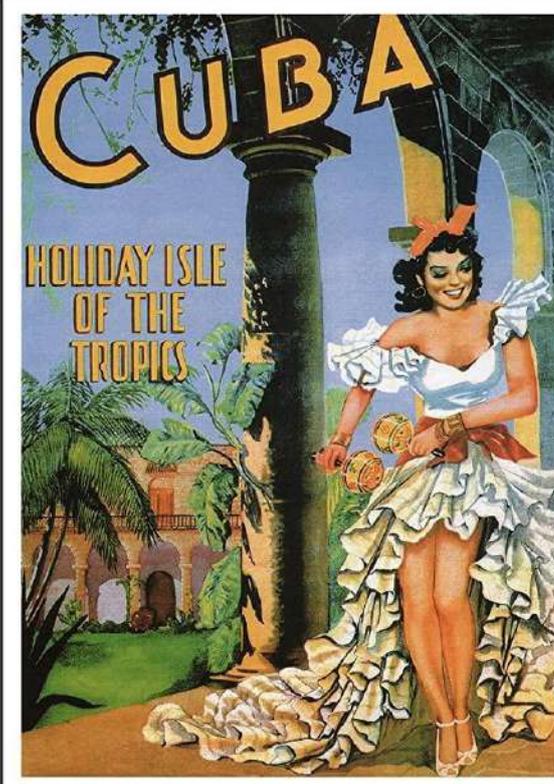
год	плакат	автор	Название работы
1931		А. М. Кассандр	L'atlantique
1932		А. М. Кассандр	Дюнкерк

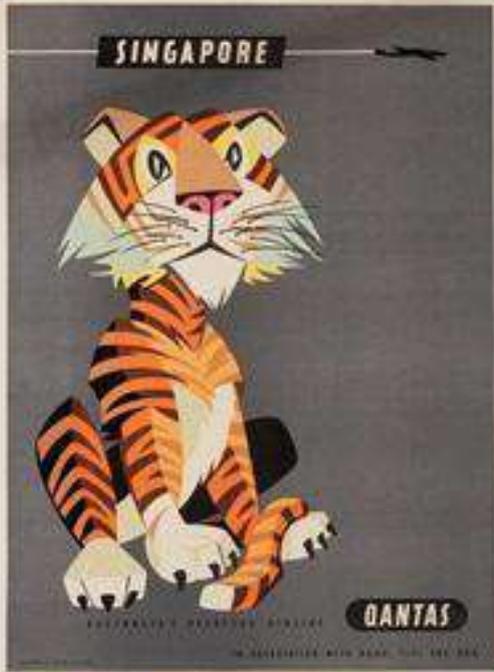
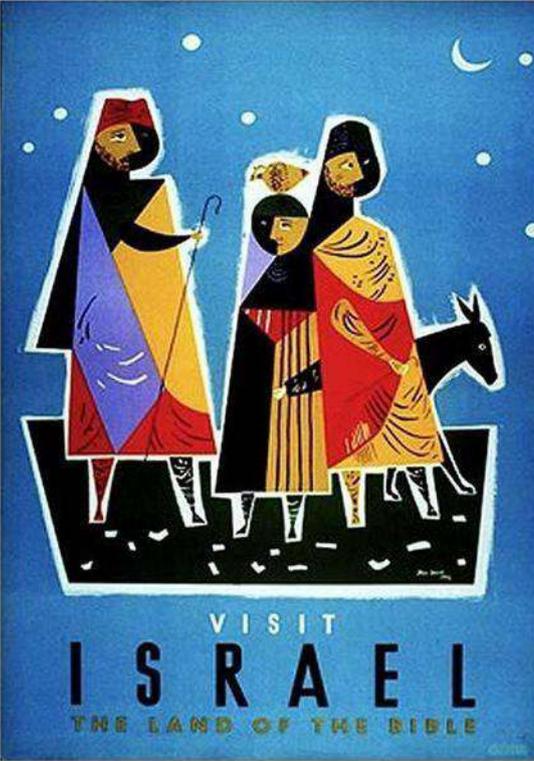
год	плакат	автор	Название работы
1933		А. М. Кассандр	Греция
1934		Альфред Махлау	Туризм в Любеке

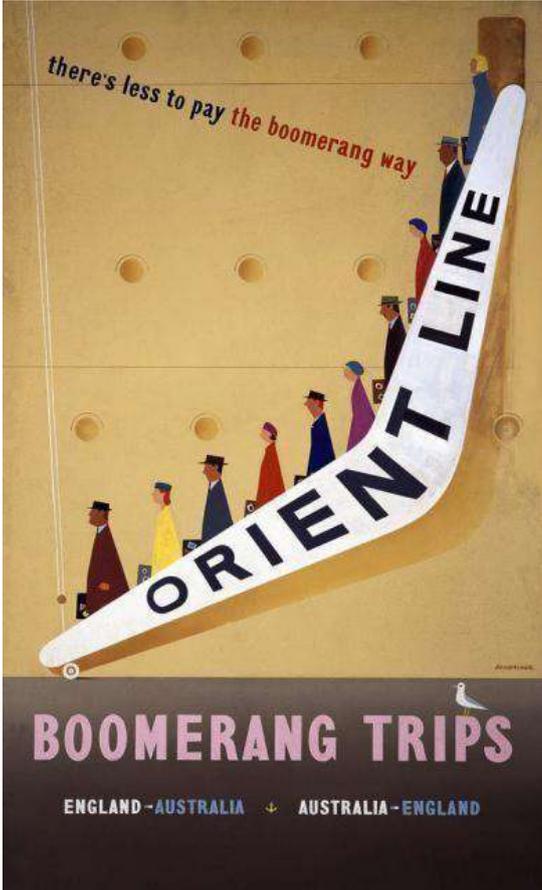
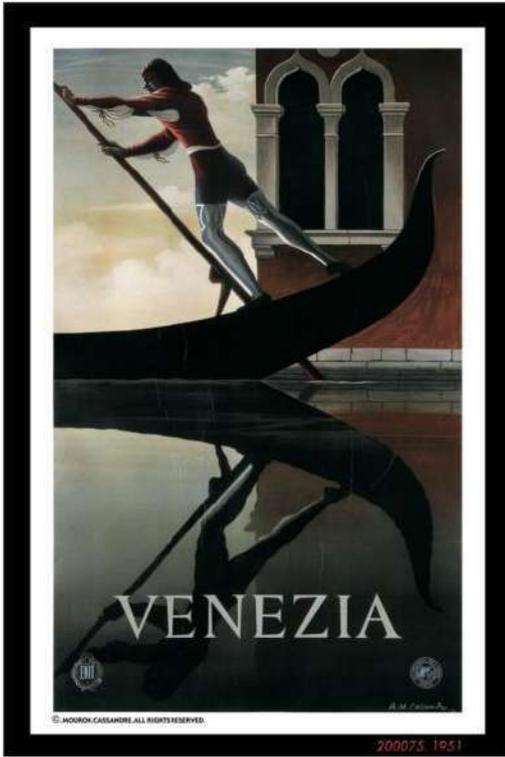
год	плакат	автор	Название работы
1935		А. М. Кассандр	Normannia NY
1935		А. М. Кассандр	Paris

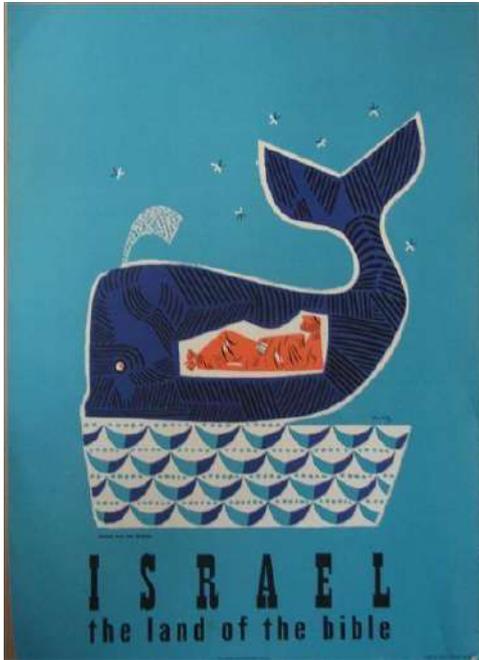
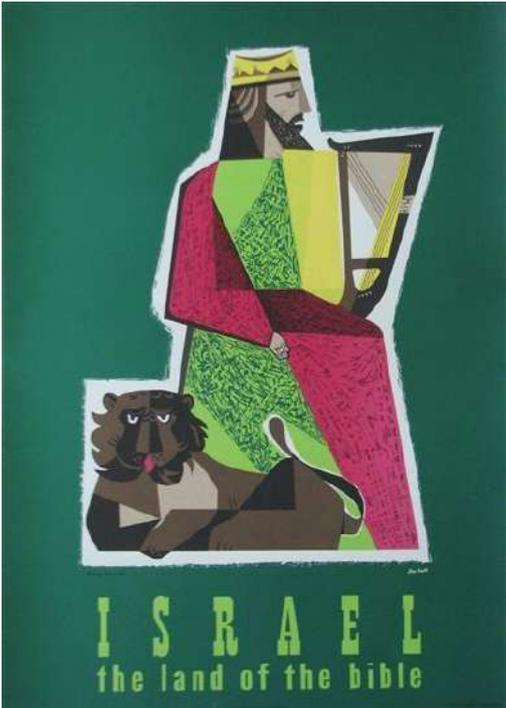
год	плакат	автор	Название работы
1936		Герт Селлхейм	Солнце и серфинг: Австралия
1936		Герт Селлхейм	Per dies festos agmine ad mare

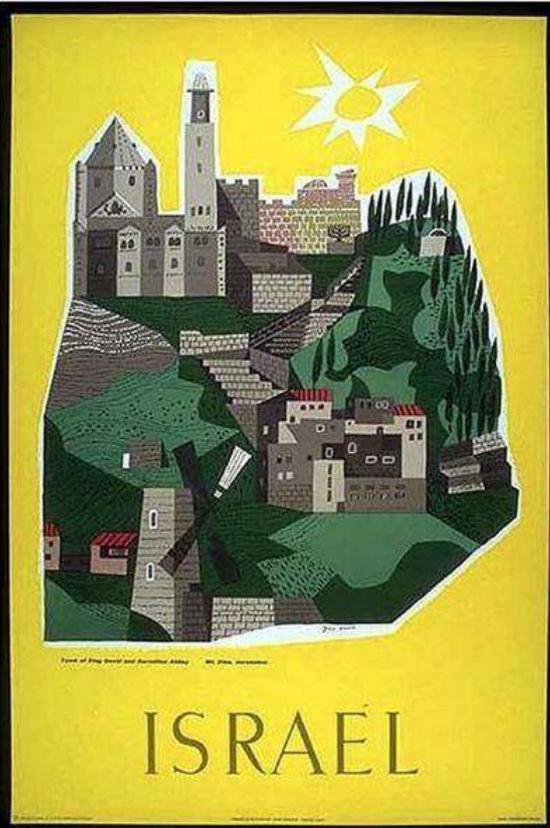
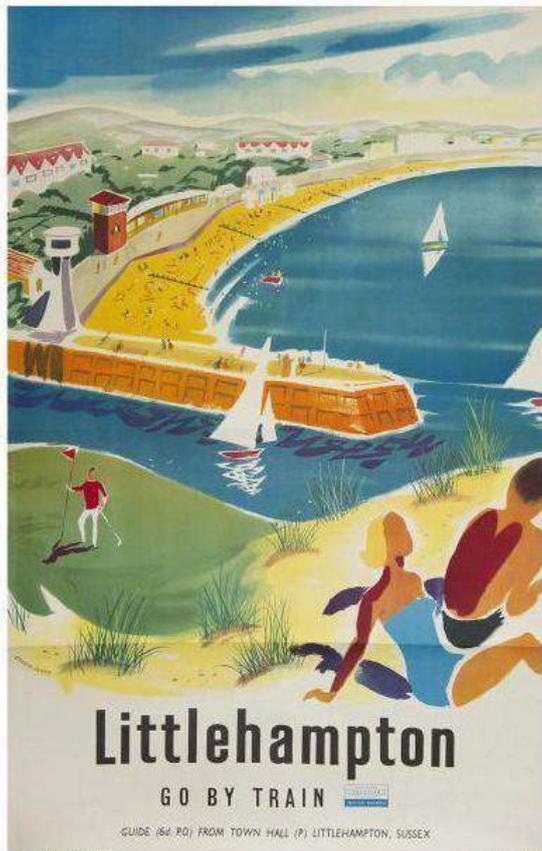
год	плакат	автор	Название работы
1937		Werner et Maria de Axster-Heudtlass	Germania / berlin and potsdam
1940		Atelier Hofmann	зима в Австрии

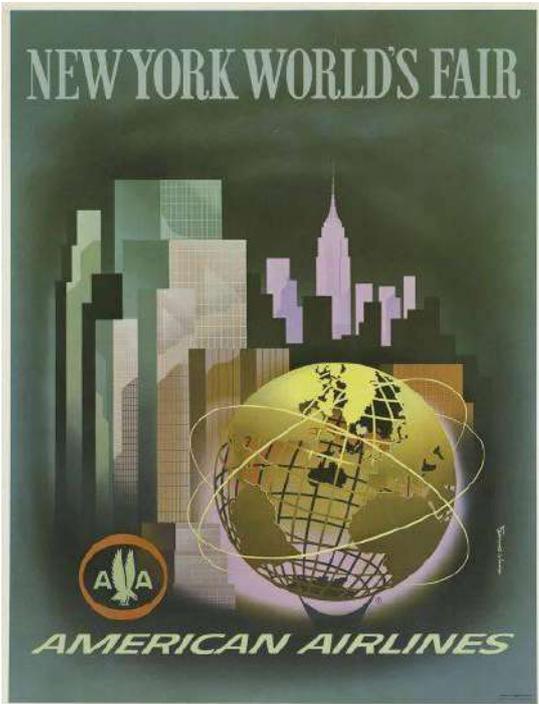
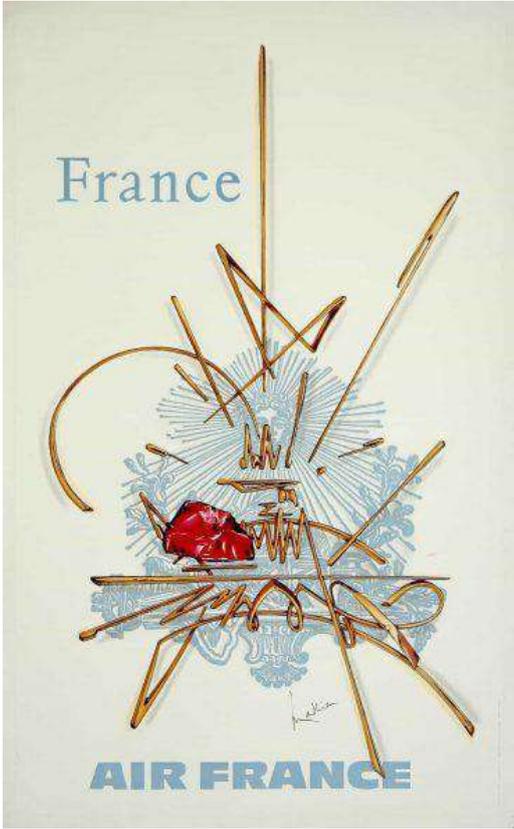
год	плакат	автор	Название работы
1948	 <p>The poster features a stylized, white, geometric representation of the Golden Gate Bridge's tower on the left. A yellow sun is positioned in the upper right quadrant. Below the bridge, a silhouette of the San Francisco city skyline is visible against a dark background. The text 'AMERICAN AIRLINES' is at the top, and 'SAN FRANCISCO' is at the bottom in large, bold, yellow letters. A small 'AAA' logo is in the bottom right corner.</p>	Эдвард Макнайт Кауффер	Сан-Франциско
1949	 <p>The poster depicts a woman in a white, ruffled, tropical-style dress standing in a lush, tropical setting. She is holding a small basket. The background shows palm trees and classical architectural columns. The word 'CUBA' is written in large, bold, yellow letters at the top. Below it, the text 'HOLIDAY ISLE OF THE TROPICS' is written in smaller, yellow letters.</p>	Ольга Перез	Insula Cuba tropicorum

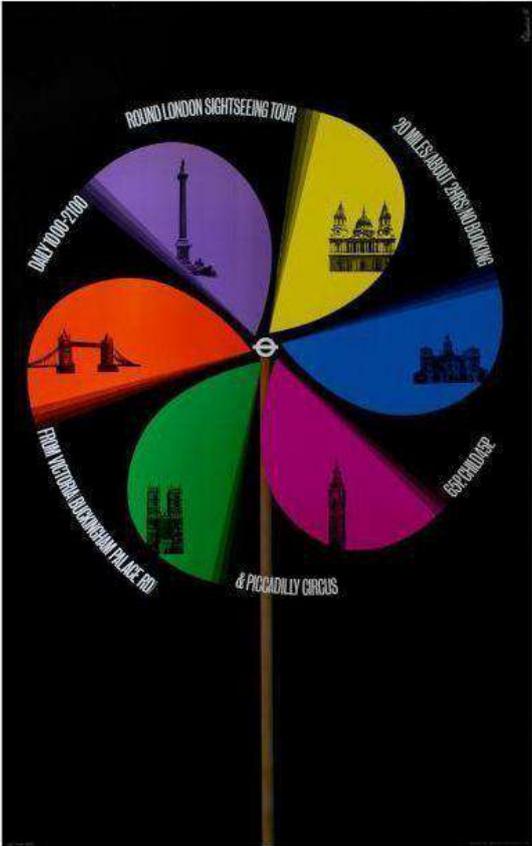
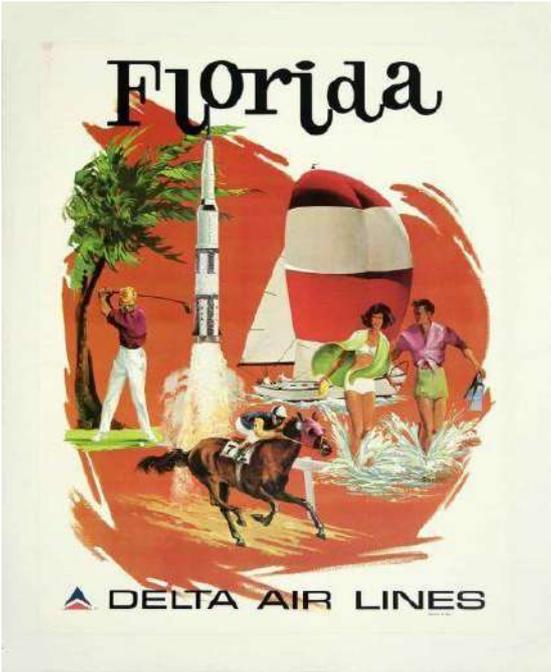
год	плакат	автор	Название работы
1950	 <p>A vintage poster for Qantas Singapore. At the top, the word "SINGAPORE" is written in a black box with a white airplane silhouette flying to the right. Below this is a large, stylized illustration of a tiger sitting and looking forward. The tiger has orange and black stripes and a white chest. At the bottom right, the word "QANTAS" is written in a black oval. There is also some small, illegible text at the very bottom of the poster.</p>	Harrius Rogers	Qantas
1950	 <p>A vintage poster for "Visit Israel". The background is a deep blue with a crescent moon and several white stars. In the center, three stylized figures are depicted in a boat. The figure on the left is a man with a beard, wearing a purple and red robe, holding a staff. The figure in the middle is a woman wearing a black headscarf and a red and yellow robe. The figure on the right is a man wearing a black headscarf and a red and yellow robe, holding a staff. A black donkey is visible behind the woman. Below the illustration, the word "VISIT" is written in small white letters, followed by "ISRAEL" in large, bold, black letters. At the bottom, the phrase "THE LAND OF THE BIBLE" is written in small white letters.</p>	Жан Давид	Visita Israel

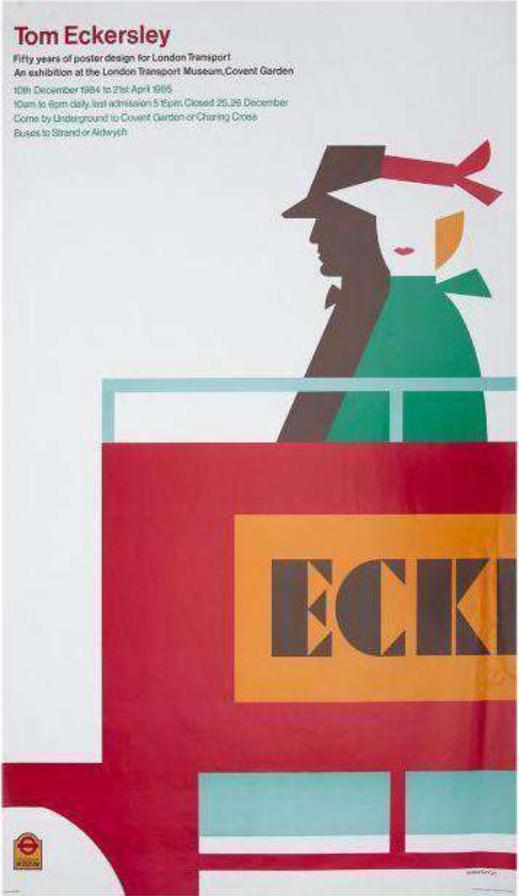
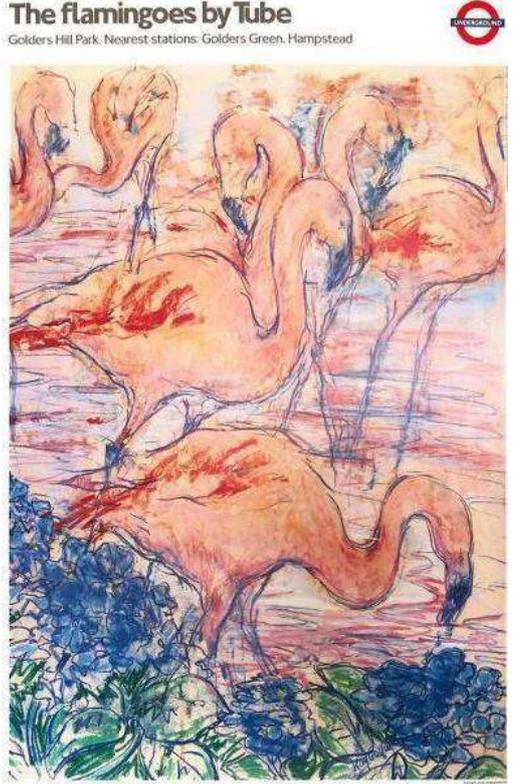
год	плакат	автор	Название работы
1950		Джон Бейнбридж	Бумеранг
1951		А. М. Кассандр	Венеция

год	плакат	автор	Название работы
1954	 <p>The poster features a large blue whale with a white outline, swimming in a sea of blue and white scalloped waves. Inside the whale's belly, a man in a red and orange robe is visible. The background is a solid teal color with small white stars. At the bottom, the word 'ISRAEL' is written in large, bold, black letters, with 'the land of the bible' in smaller black letters below it.</p>	Жан Давид	Jonah and the Whale (Israel Travel Poster)
1956	 <p>The poster features a stylized figure of King David in a red and green robe, playing a harp. Below him is a brown lion. The background is a solid dark green. At the bottom, the word 'ISRAEL' is written in large, bold, light green letters, with 'the land of the bible' in smaller light green letters below it.</p>	Жан Давид	King David (Israel Travel Poster)

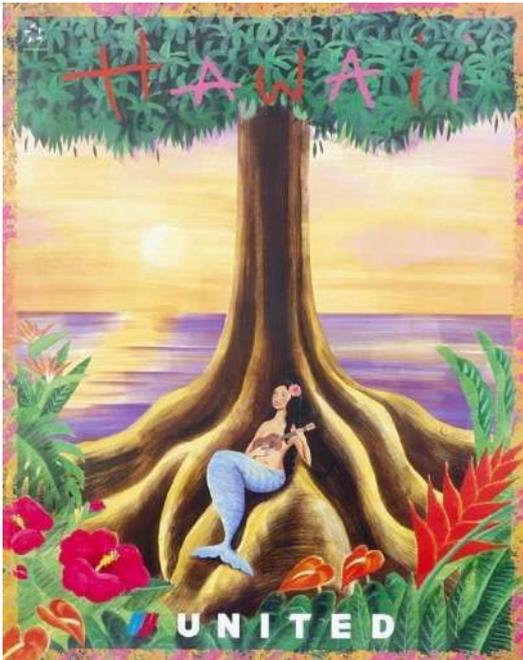
год	плакат	автор	Название работы
1960		Жан Давид	Israel
1960		Студия Seven	Little hampton

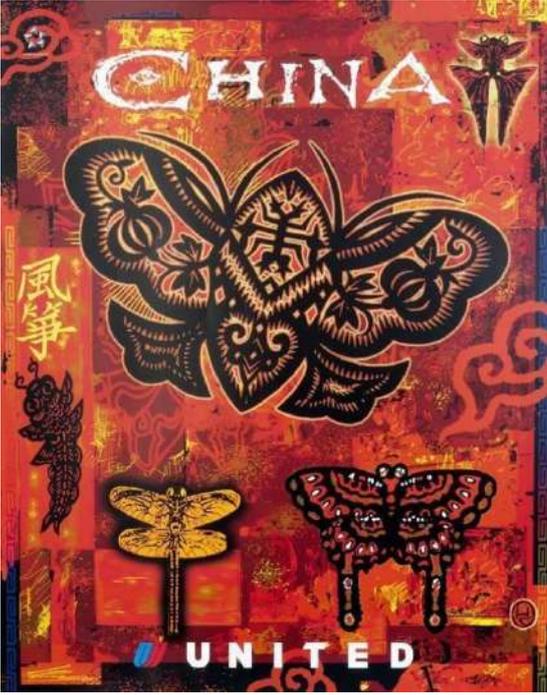
год	плакат	автор	Название работы
1964	 <p>The poster features a dark green background. At the top, the text "NEW YORK WORLD'S FAIR" is written in a light, serif font. Below this, a stylized city skyline is depicted with various buildings in shades of green, yellow, and purple. In the center, a golden globe is shown with a grid pattern and several thin, curved lines orbiting it. In the bottom left corner, there is a circular logo with the letters "A A" and a stylized bird. At the bottom, the text "AMERICAN AIRLINES" is written in a bold, italicized, sans-serif font.</p>	Henry K. Bencrathy	американские авиалинии
1968	 <p>The poster has a light beige background. At the top left, the word "France" is written in a blue, serif font. In the center, there is a complex arrangement of thin, golden-brown sticks and lines, some of which are curved into loops. A single, vibrant red rose is positioned in the lower-left quadrant of this arrangement. Behind the sticks, there is a faint, blue sunburst or floral pattern. At the bottom, the text "AIR FRANCE" is written in a bold, blue, sans-serif font.</p>	Жорж Матьё	Air France

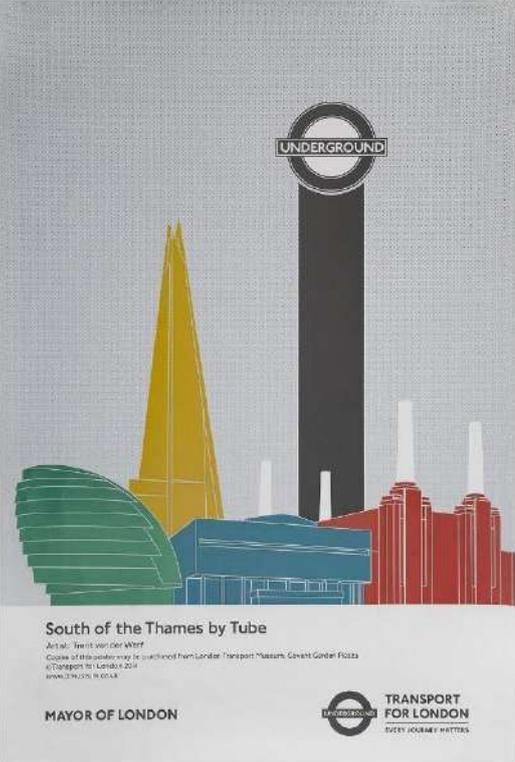
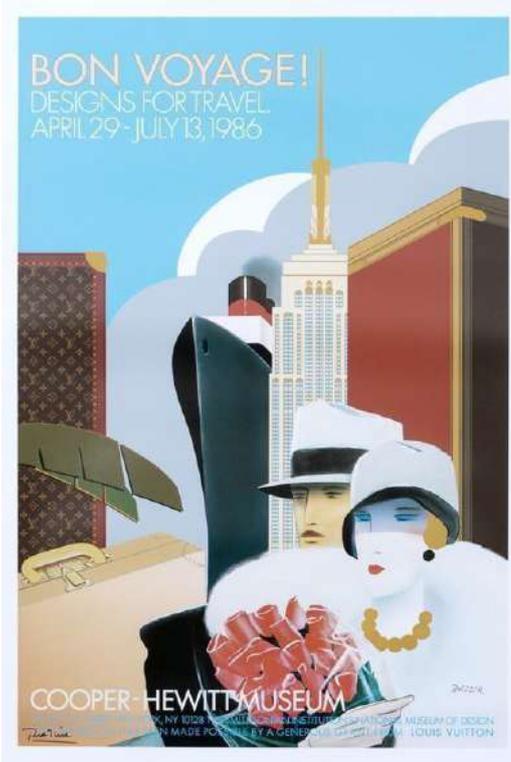
год	плакат	автор	Название работы
1973		Гарри Стивенс	Round London Sightseeing Tour
1974		Sweney	Delta Airlines Florida

год	плакат	автор	Название работы
1984	 <p>Tom Eckersley Fifty years of poster design for London Transport An exhibition at the London Transport Museum, Covent Garden 10th December 1984 to 21st April 1985 10am to 6pm daily, last admission 5.15pm. Closed 25.12 December Come by Underground to Covent Garden or Charing Cross Buses to Strand or Aldwych</p>	Том Экерсли	50 лет дизайну плаката
1987	 <p>The flamingoes by Tube Golders Hill Park. Nearest stations: Golders Green, Hampstead</p>	Кей Галлвей	Фламинго отTube

год	плакат	автор	Название работы
1998		Дэвид Хокни	Tate Gallery bybus and tube
2000		Klein, David	Visit Planet Earth via Orbitz (Africa)

год	плакат	автор	Название работы
2004		Schwab, Michael	Boston, New York, Washington - Acela - Amtrak,
2004		Masuda, Coco	Hawaii - United Airlines

год	плакат	автор	Название работы
2004		Chan, Harvey	China - United Airlines
2007	 <p>Fly the Tube to Paris Frequent Piccadilly line services to Heathrow Terminal 4 or Heathrow Terminals 1,2,3</p> <p>Designed by Lumsden Design Partnership Copies of this poster may be purchased from London Transport Museum Shop, Covent Garden Piazza © Transport for London 2007</p> <p>MAYOR OF LONDON Transport for London </p>	Patrick Delvin/Lumsd enDesign Partnership	Летите на метро в Париж

год	плакат	автор	Название работы
2014		Trent van der Werf	South of the Thames by Tube
2015		Razzia	Bon Voyage! Designs for Travel.

**Приложение 2. Основные образцы графического
дизайна XX века**

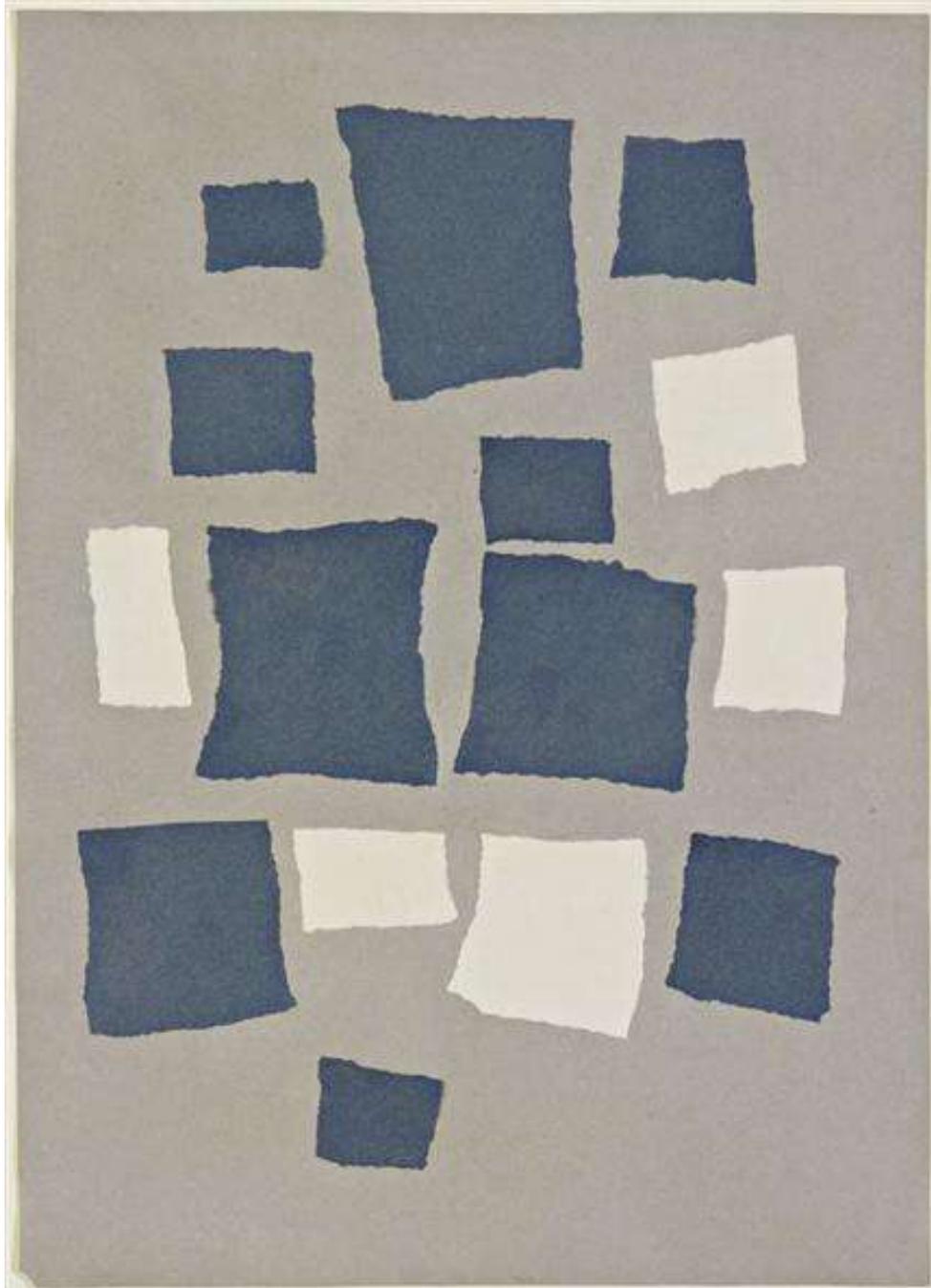


Рис. 1. Жан Арп. Плакат "Коллаж с квадратами расставленными согласно законам случайности". 1917.



Рис. 2. Лазарь Маркович Лисицкий. Обложка книги "Chad Gadya". 1917.

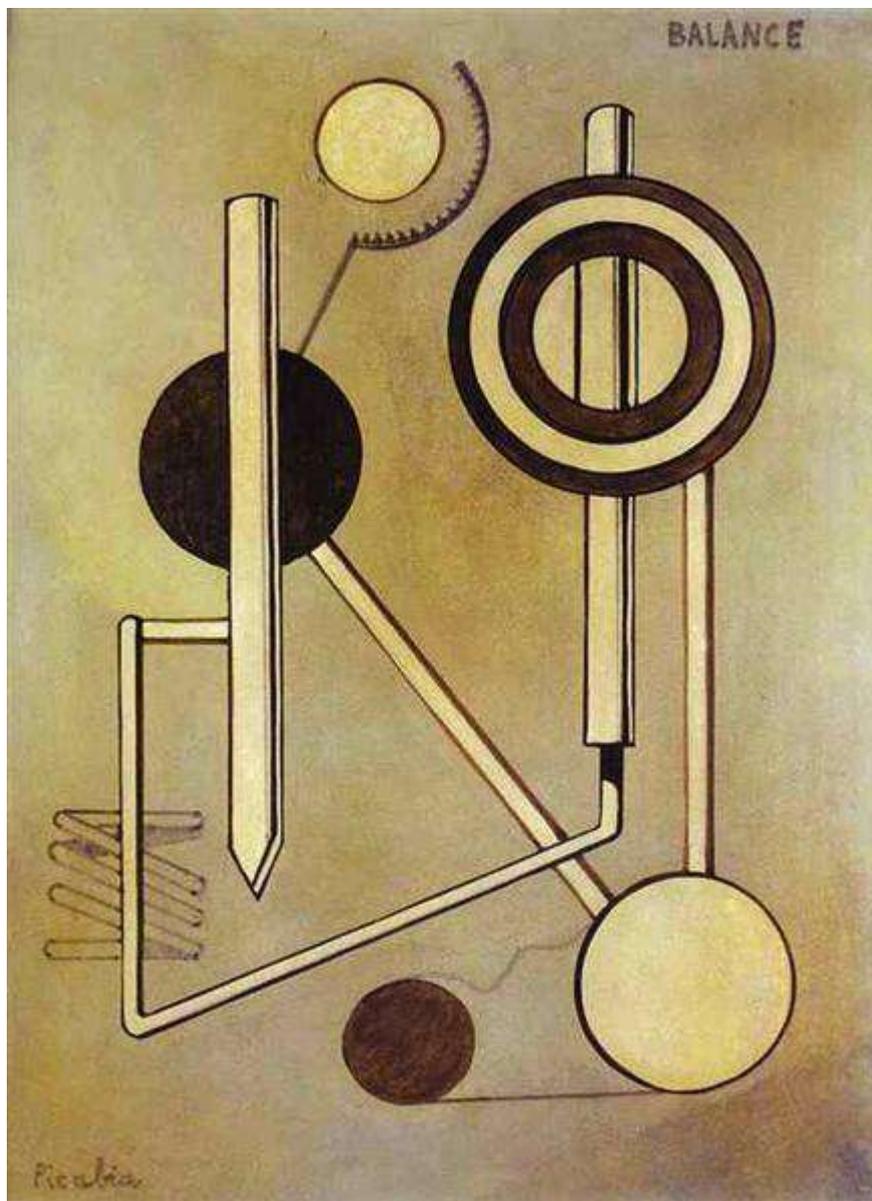


Рис. 3. Франсис Пикабия. Плакат "Остаток средств". 1917.

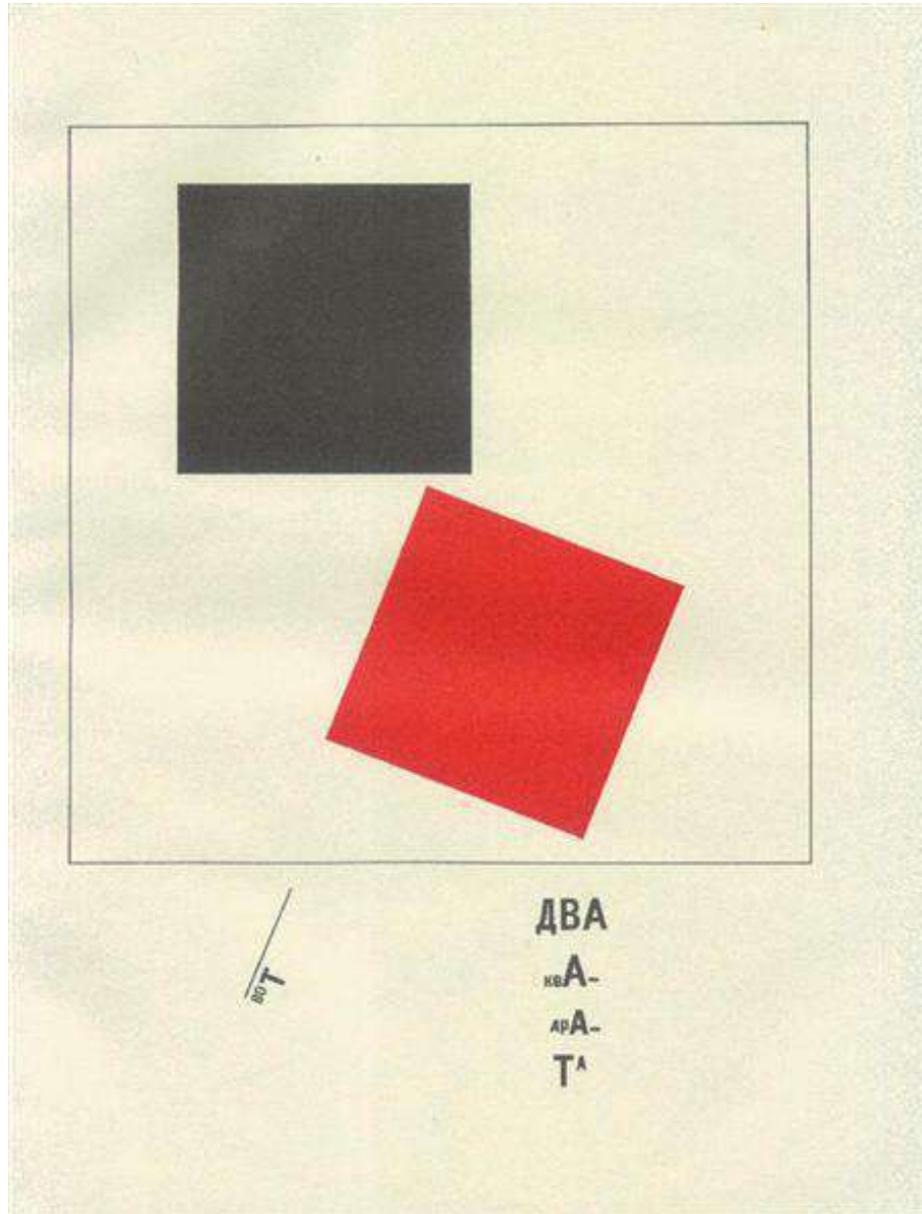


Рис. 4. Эль Лисицкий. Плакат "Удар все рассыпано". 1920.



Рис. 5. Эль Лисицкий. Плакат "NewMan". 1923.

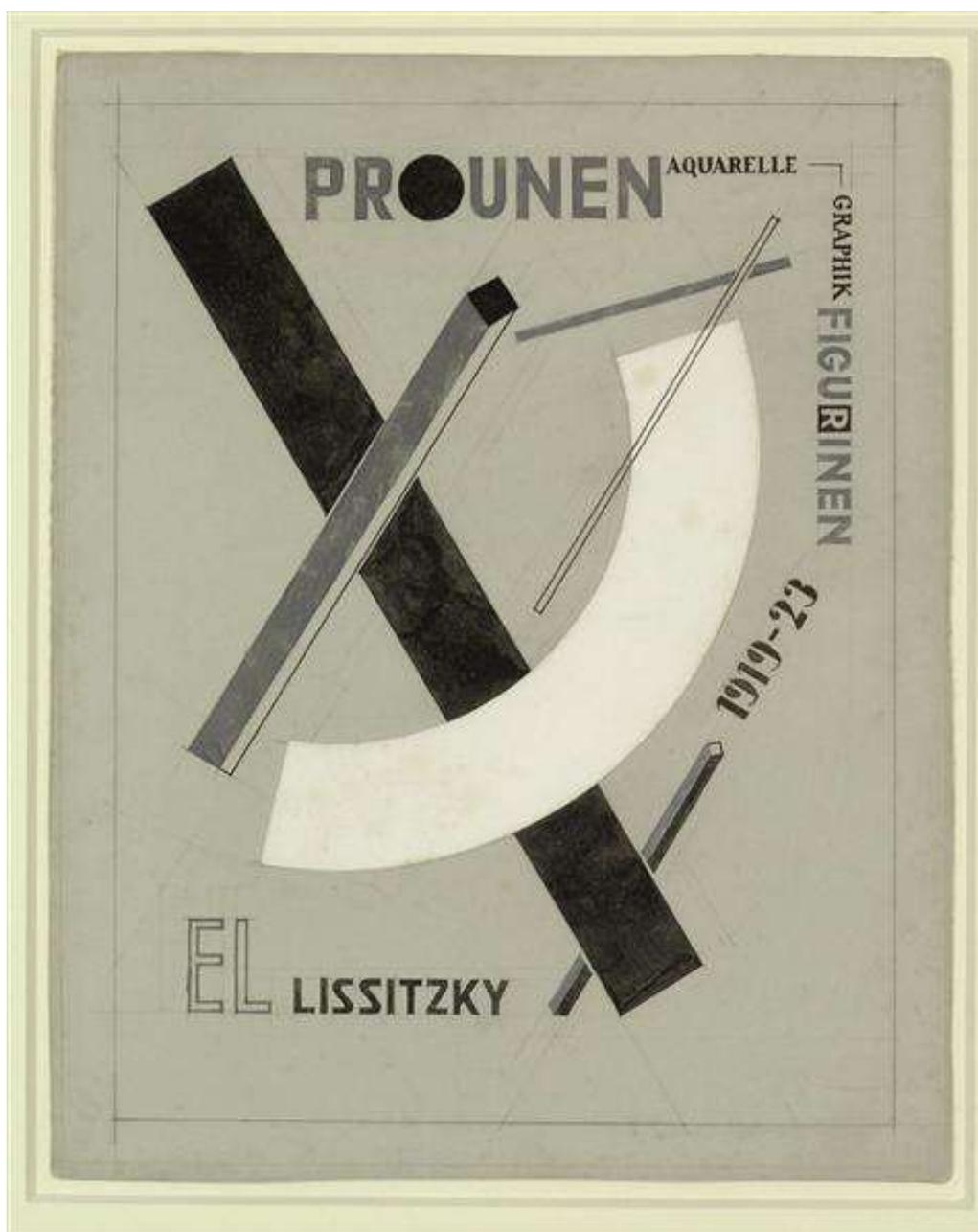


Рис. 6. Эль Лисицкий. Плакат "Proun". 1923.



Рис. 7. Эль Лисицкий. Плакат "Делаголоса, Владимир Маяковский ". 1923.



Рис. 8. Юстус Шмидт. Плакат "Юстус Шмидт 1923 ". 1923.



Рис. 9. Кандинский В. Плакат "Joyous Ascent ". 1923.

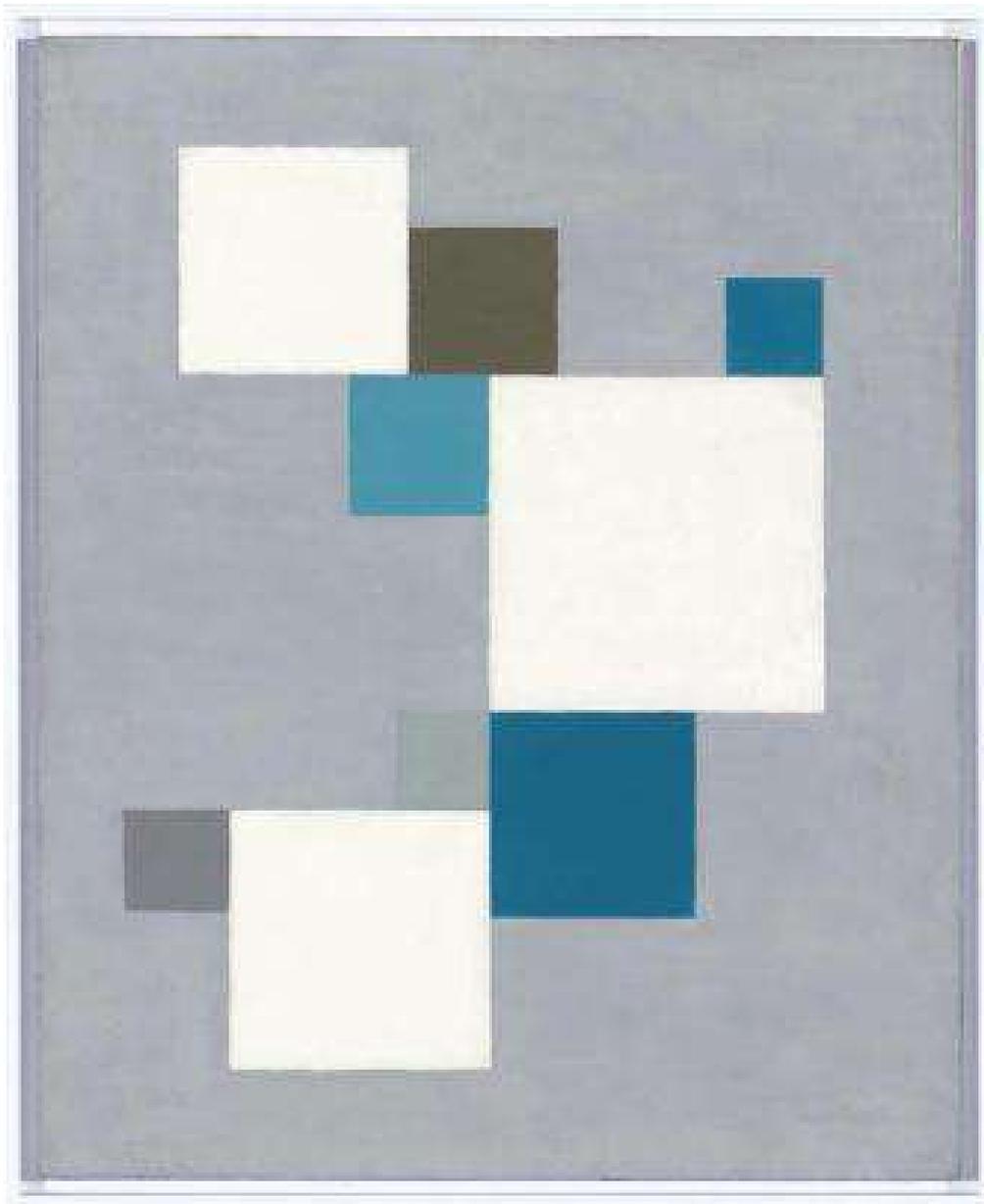


Рис. 10. Карл Буххайстер (Баухауз). Плакат "Композиция с синим квадратом". 1926.

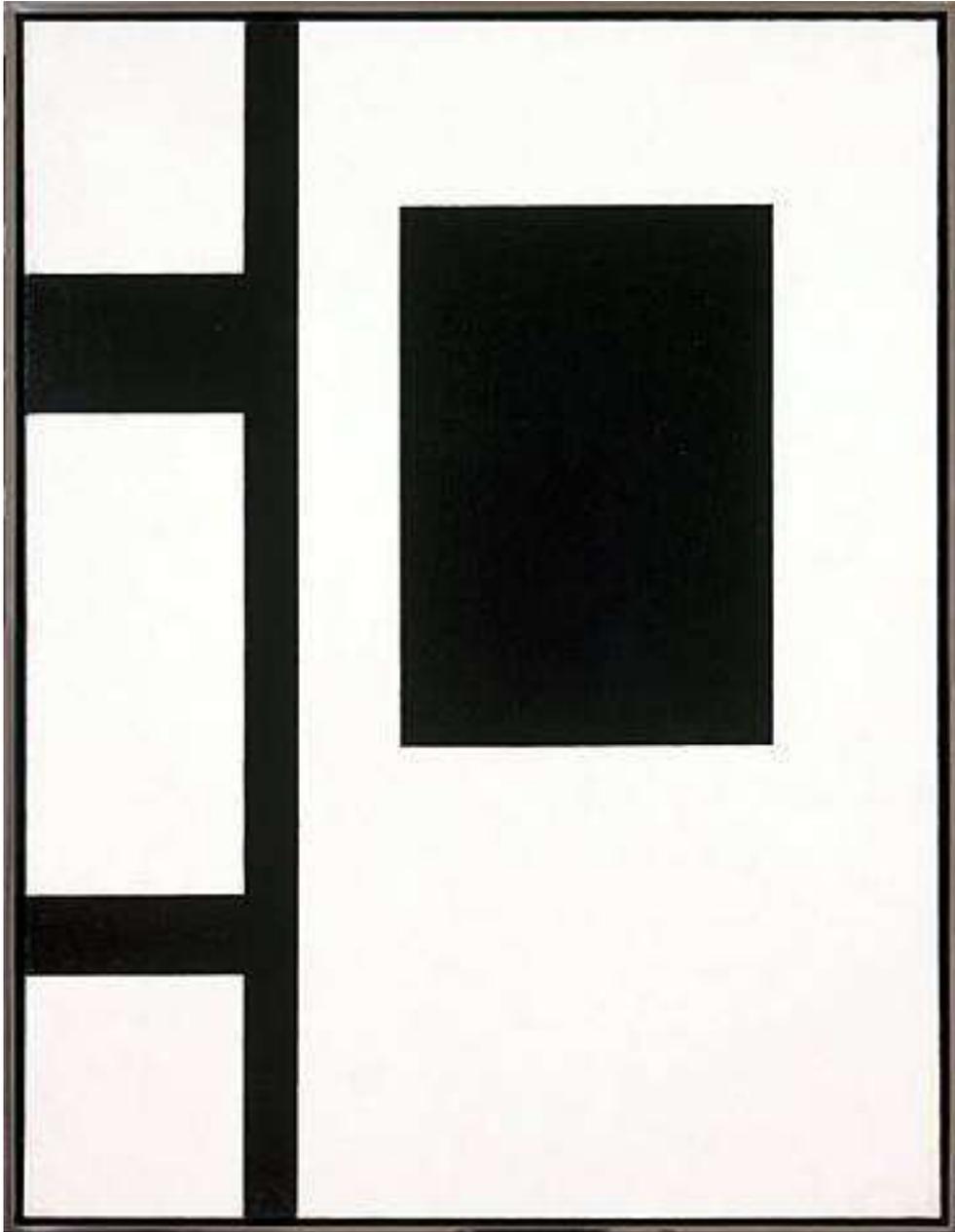


Рис. 11. Джон Маклафлин . Плакат "Без названия ". 1953.



Рис. 12. Эйб Аджи . Плакат "Обложка записи детской ассоциации звукозаписи ". 1954.

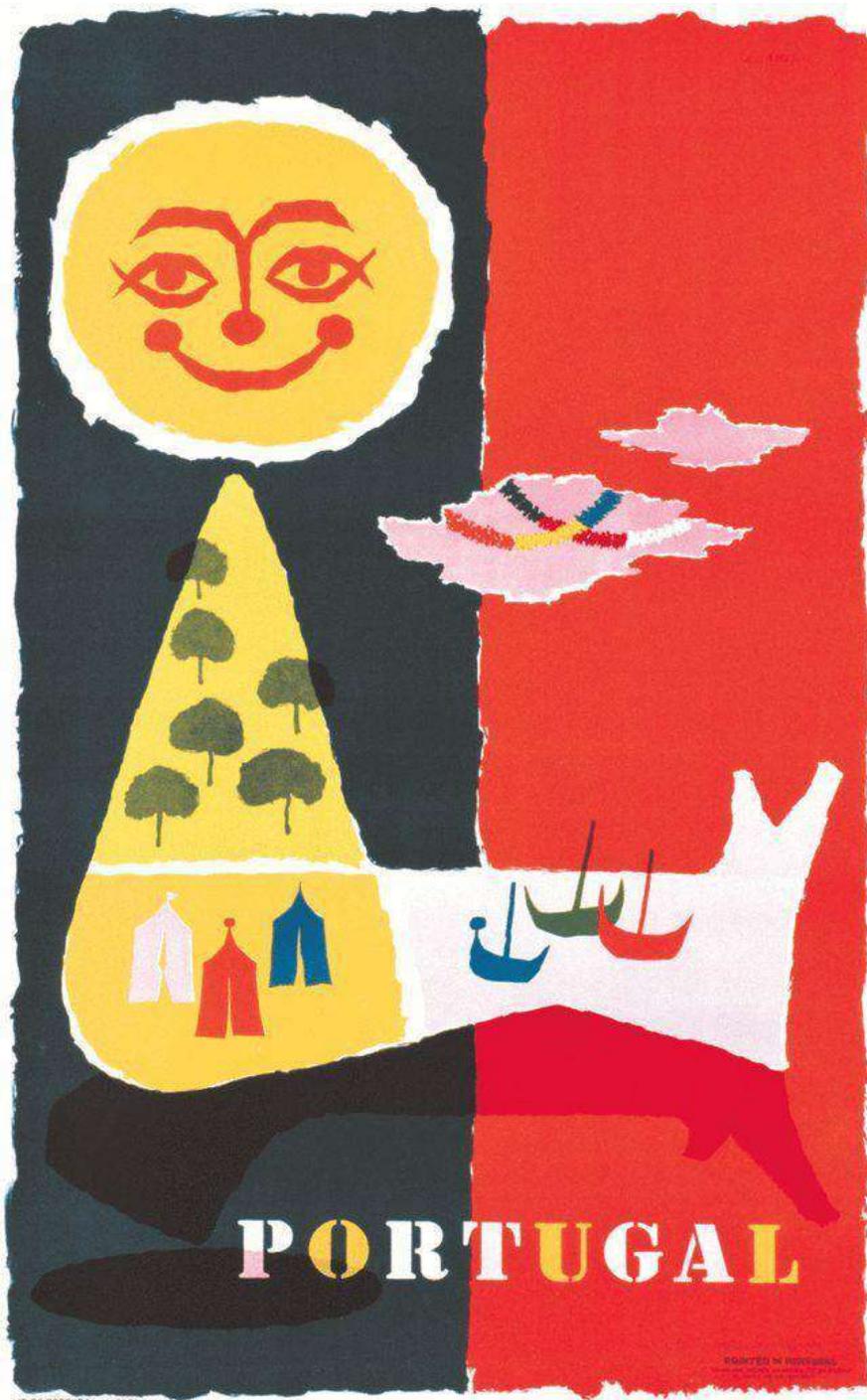


Рис. 13. Абрам Гамс . Плакат " Португалия ". 1955.



Рис. 14. Армин Хофманн. Плакат "Строительствотеатра С древних времен до наших дней". 1955.



Рис. 15. Йозеф Мюллер-Брокманн . Плакат " для Июньского фестиваля в Цюрихе ". 1957.

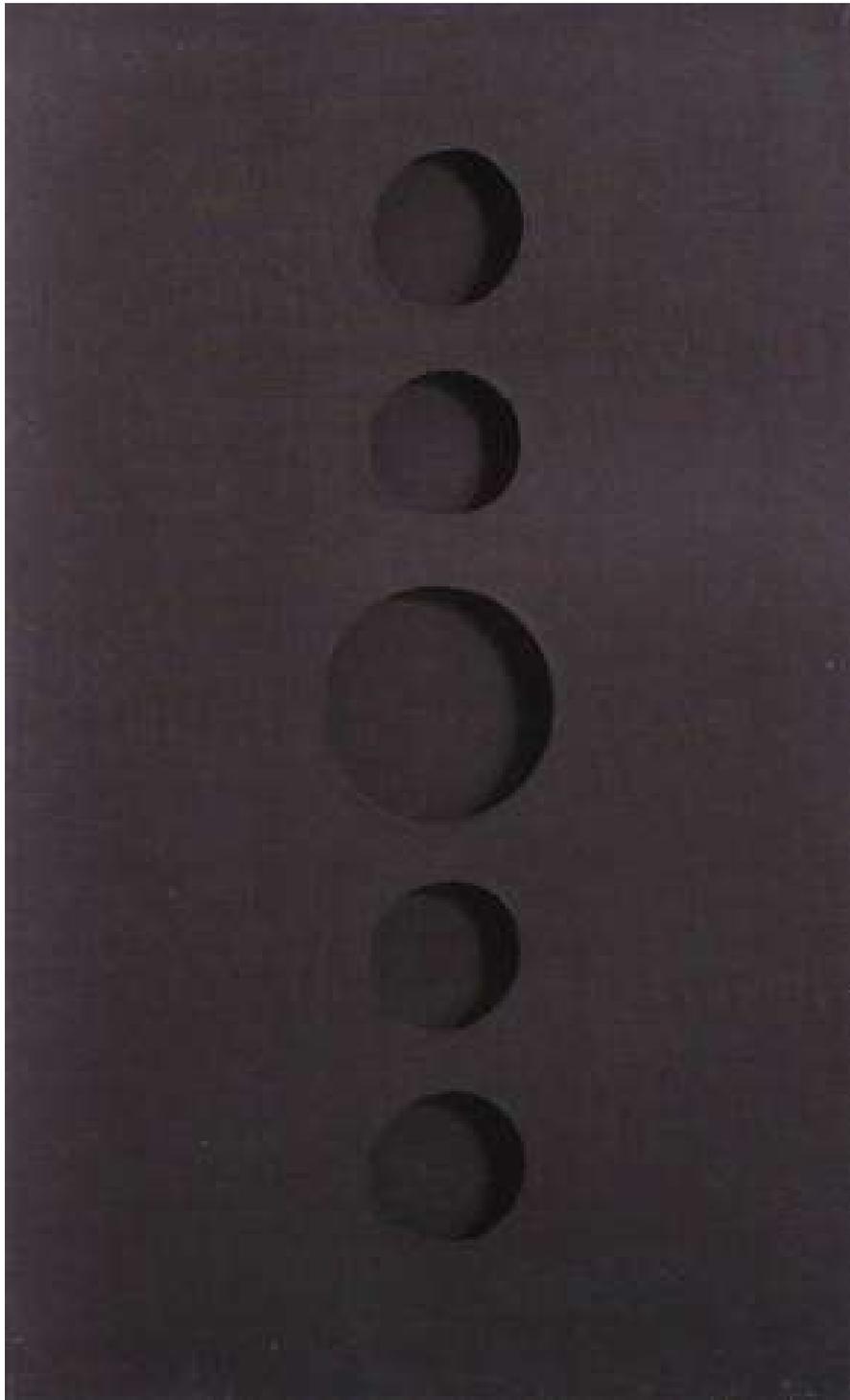


Рис. 16. Дадамайно . Плакат "Объем". 1958.

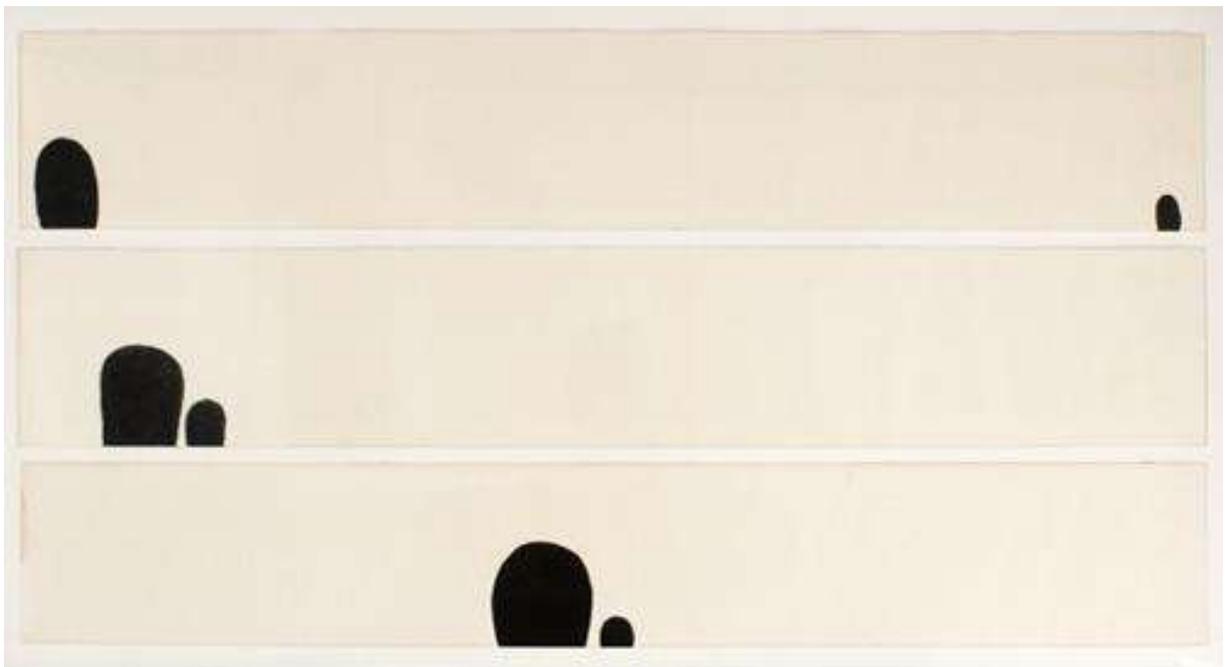


Рис. 17. Джеймс Ли Байерс . Плакат " Без названия ". 1958.

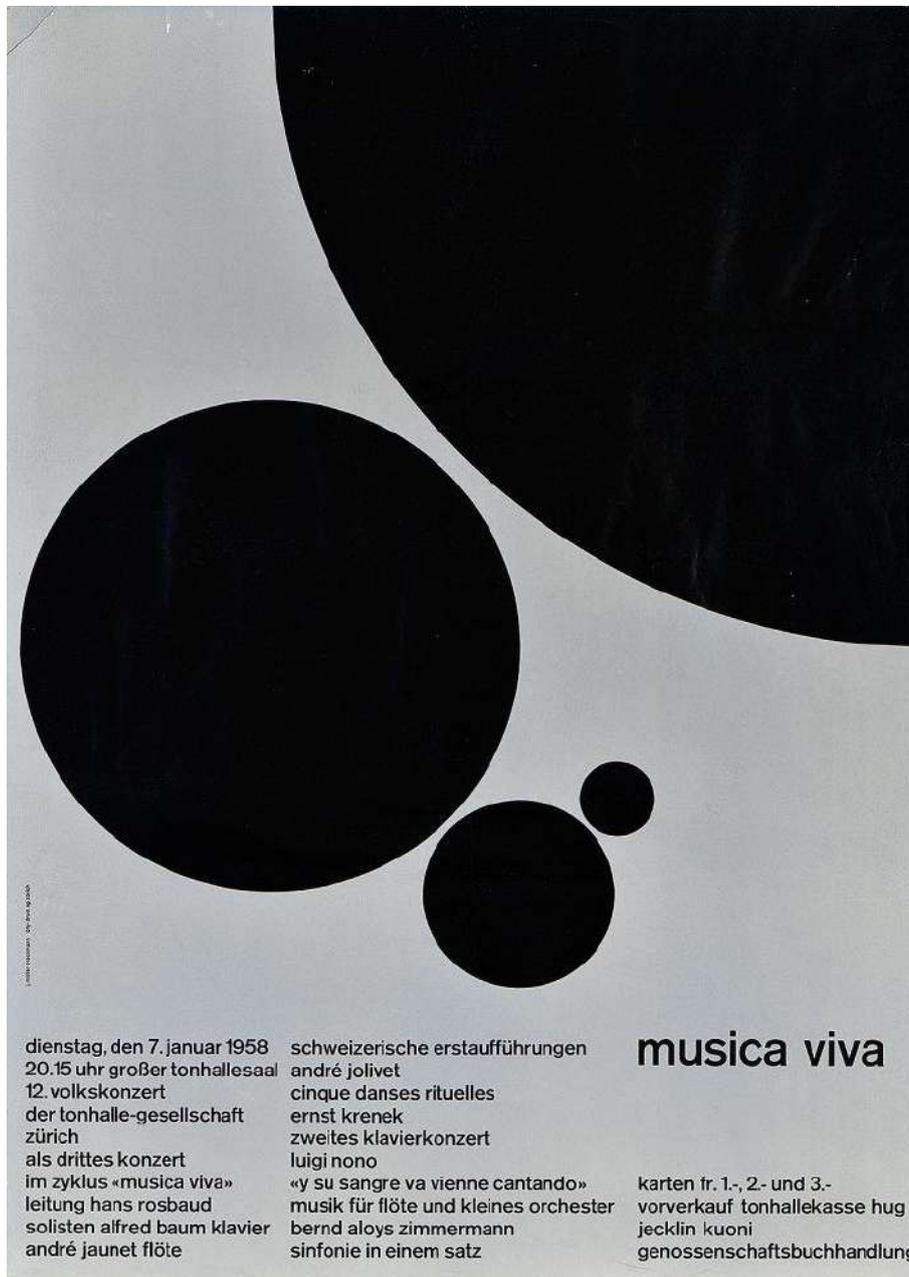


Рис. 18. Йозеф Мюллер-Брокманн . Плакат " Musica Viva ". 1958.



Рис. 19. Отто Пине . Плакат " Pure Energy, I ". 1959.

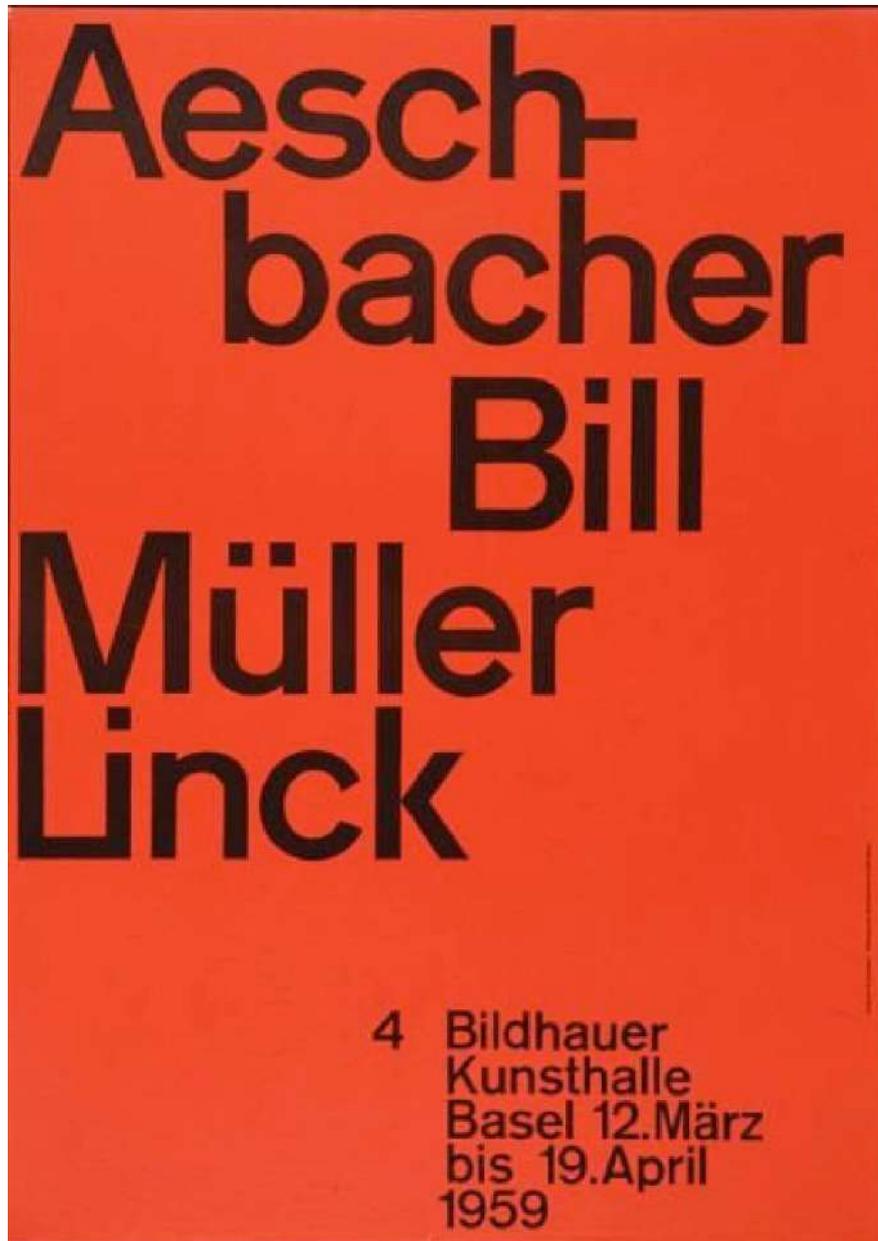


Рис. 20. Армин Хофманн . Плакат " Переверстал Андрей Паршин ". 1959.



Рис. 21. Йозеф Мюллер-Брокманн . Плакат " Typographie ". 1960.

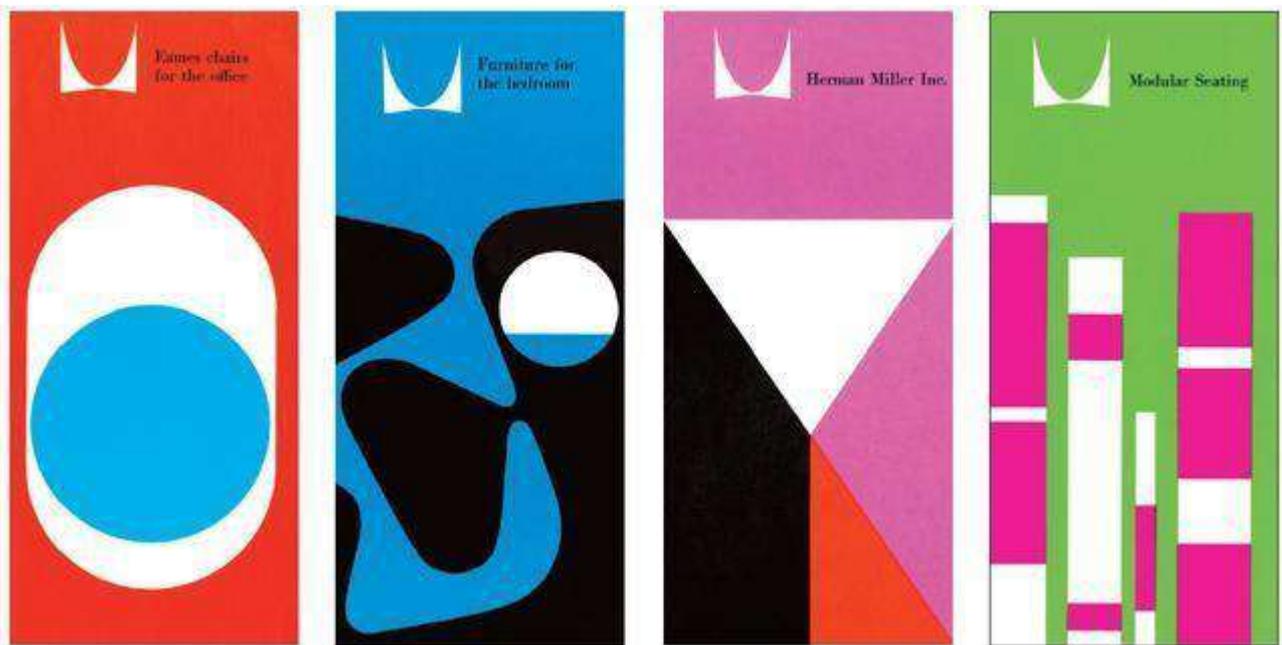


Рис. 22. George Nelson Associates . Плакат " Брошюра о компании Herman Miller ". 1960.



Рис. 23. Эльсуорт Келли . Плакат " Синий на белом ". 1961.



Рис. 26. Джо Гуд . Плакат " Серия Tissue Tear ". 1975.



Рис. 28. Alfio Giuffrida . Плакат " Angebote ". 1990.

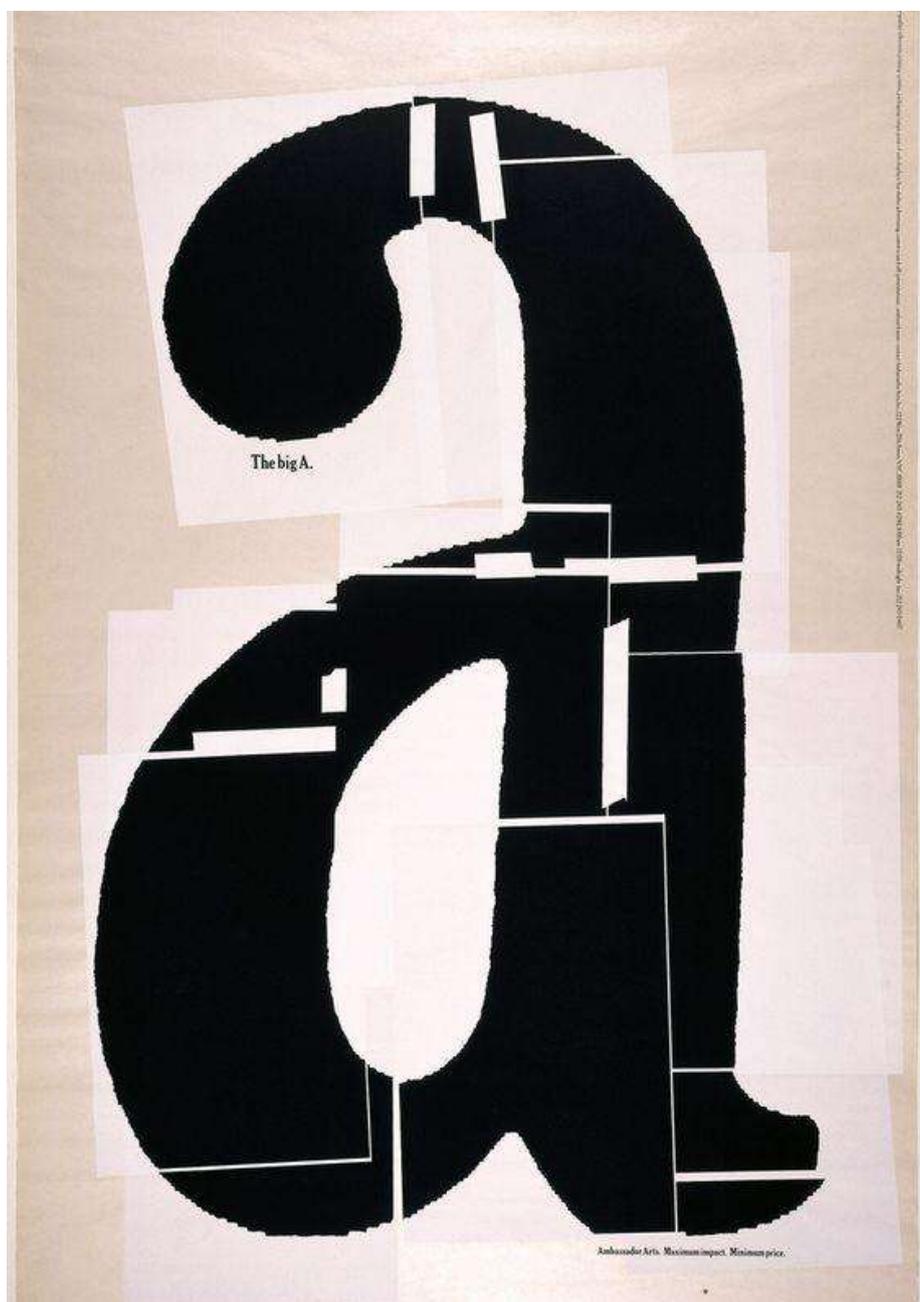


Рис. 28. Паула Шер . Плакат " большой а ". 1991.

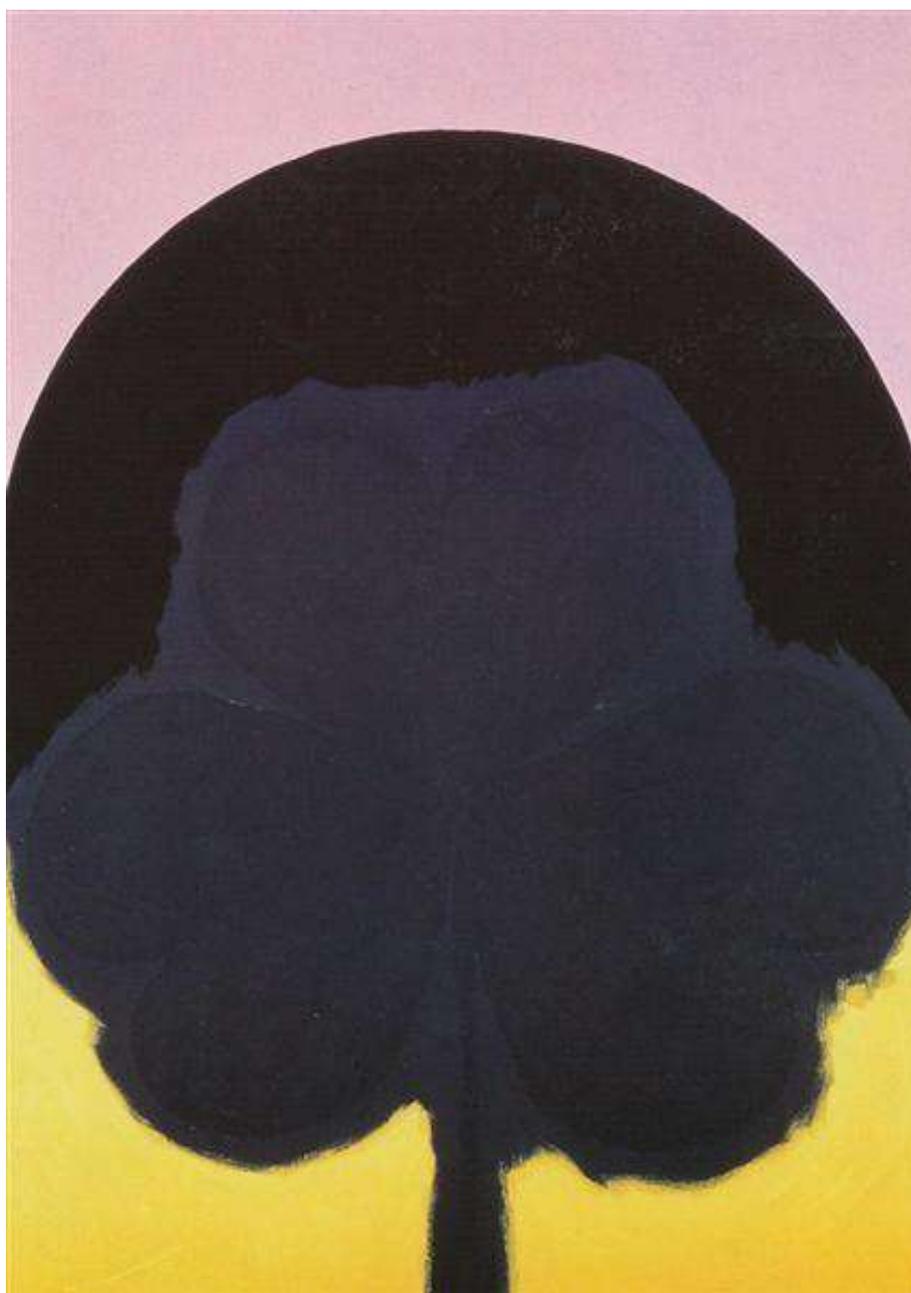


Рис. 29. Гэри Хьюм . Плакат " Тони Блэкберн ". 1994.

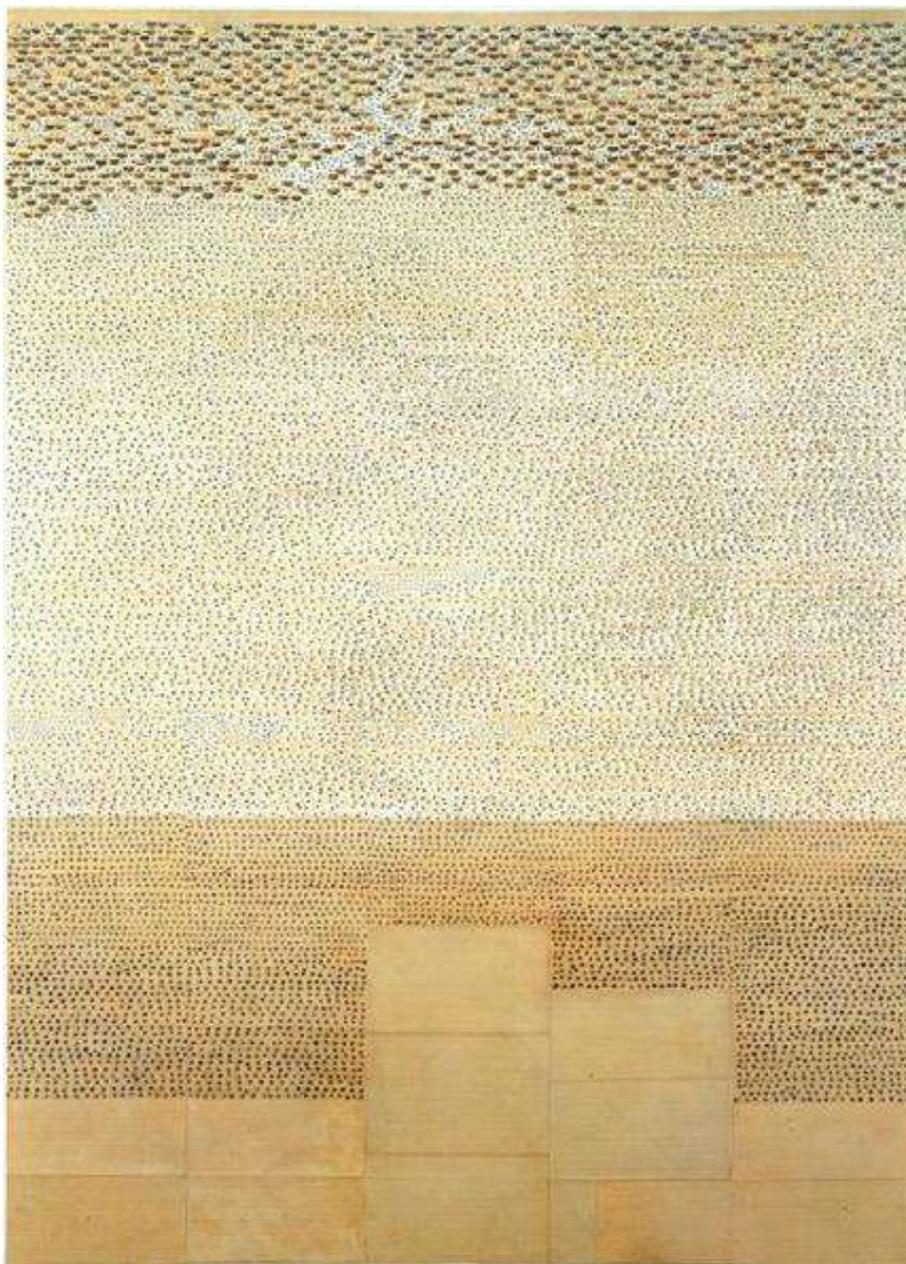
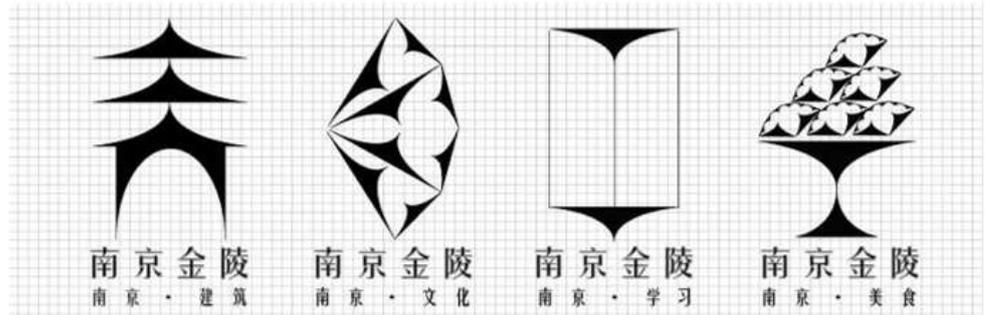
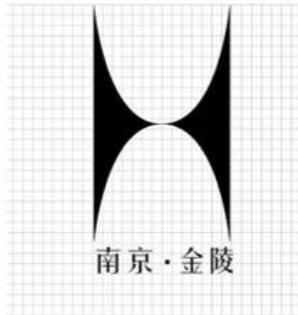
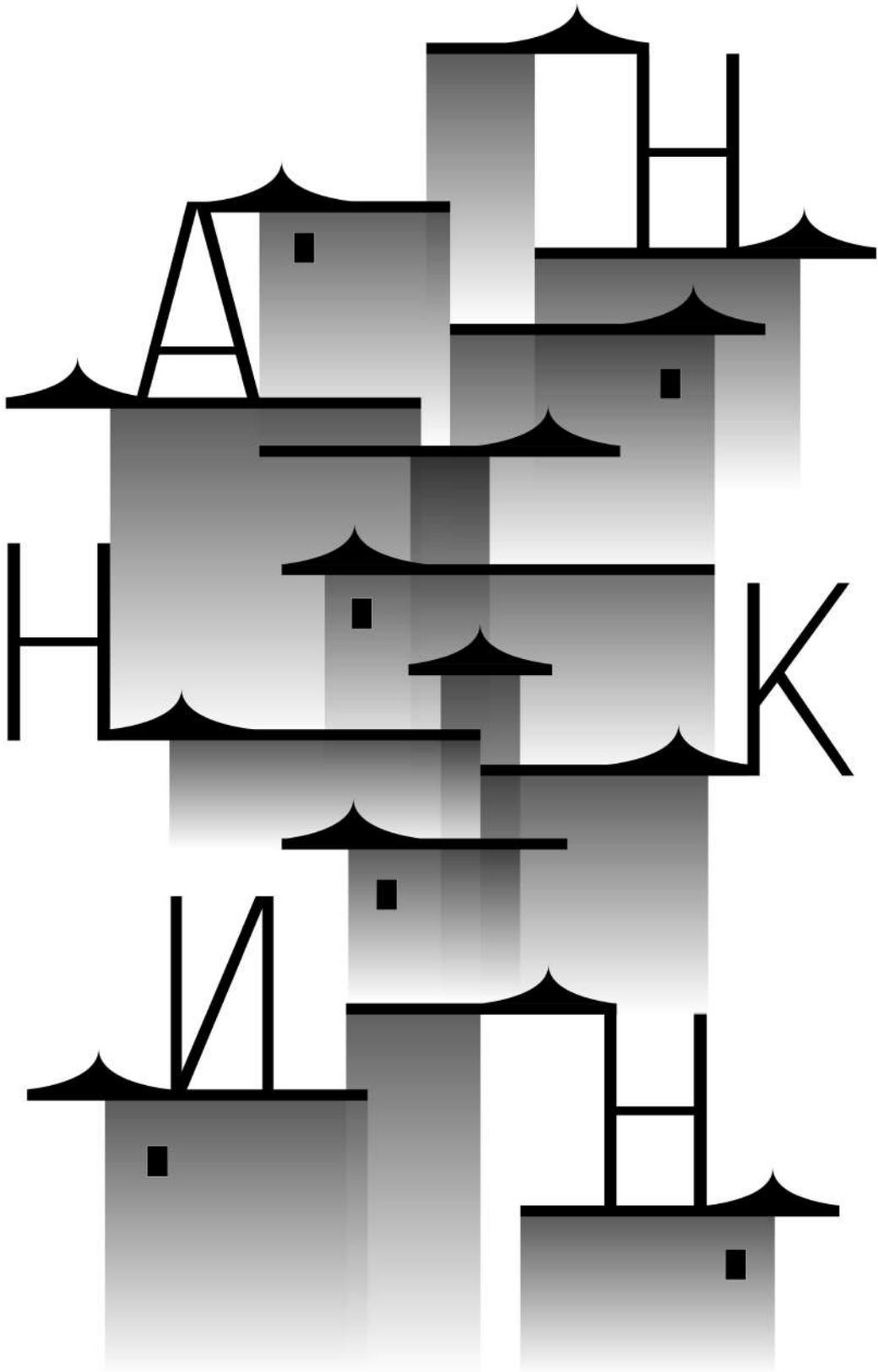


Рис. 30. Эллиен Галлахер . Плакат " Host ". 1996.

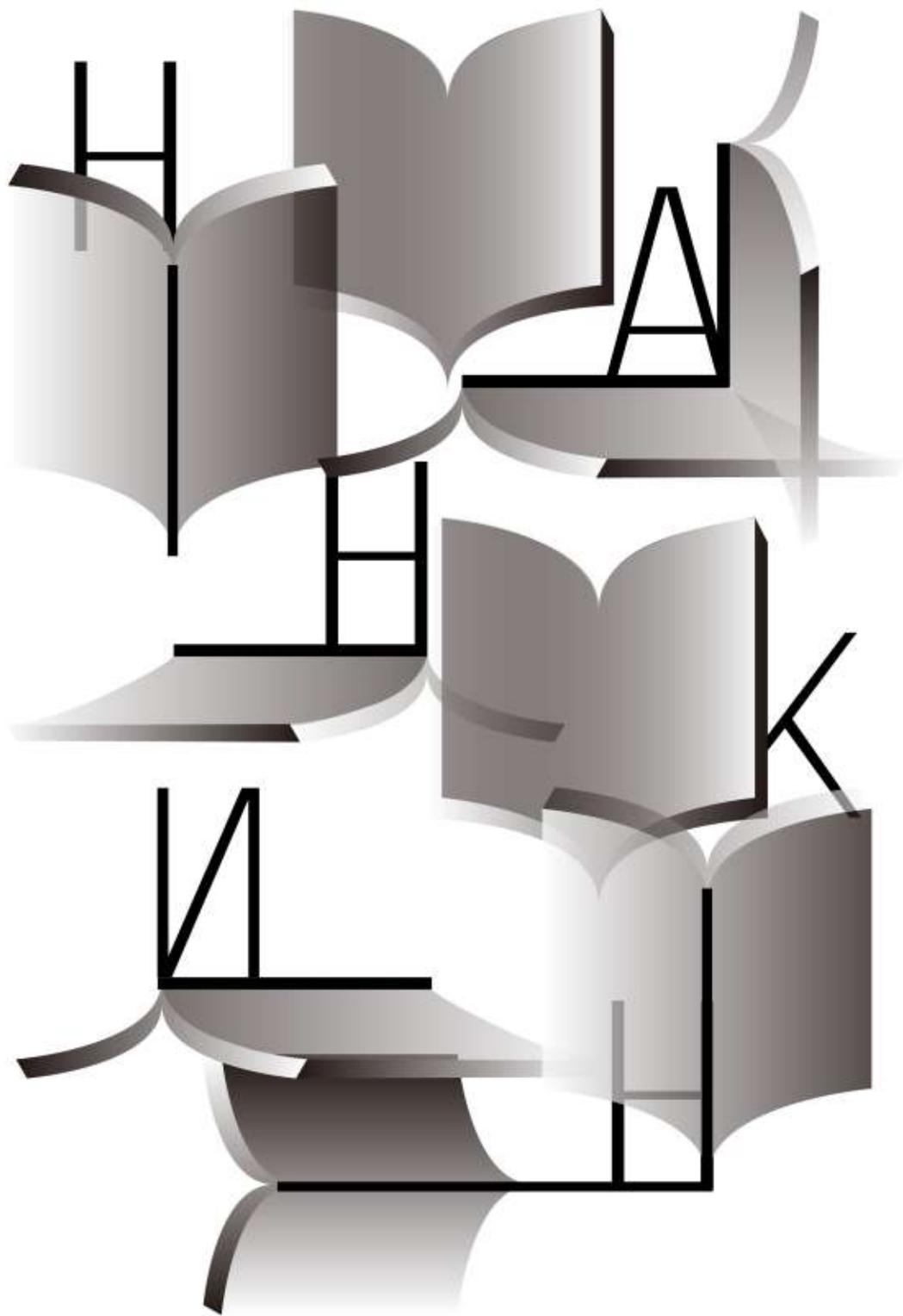
3.

/



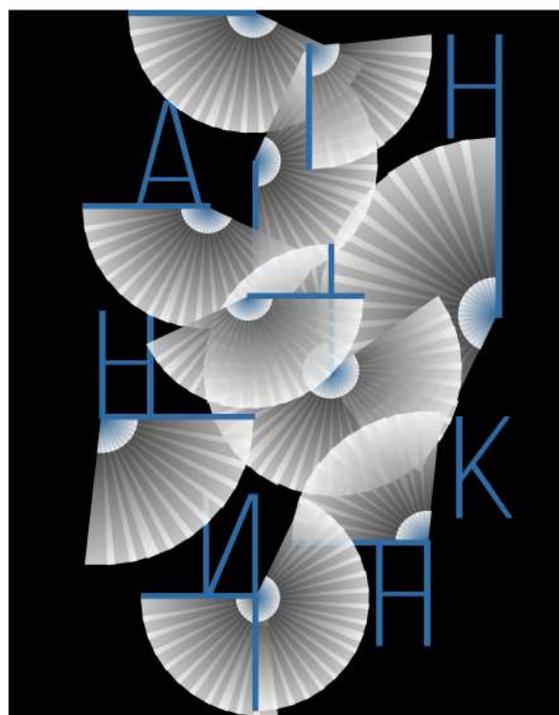




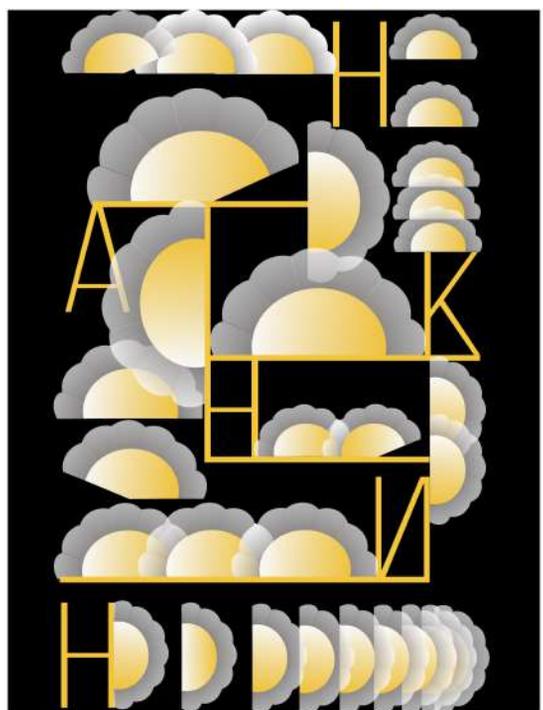




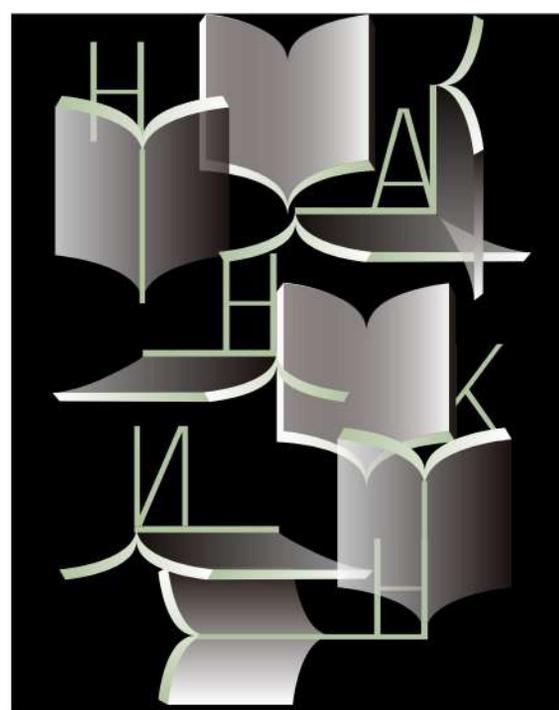
НАНКИН 
32°3'42,01" С.Ш., 118°46'40,01" В.Д.



НАНКИН 
32°3'42,01" С.Ш., 118°46'40,01" В.Д.



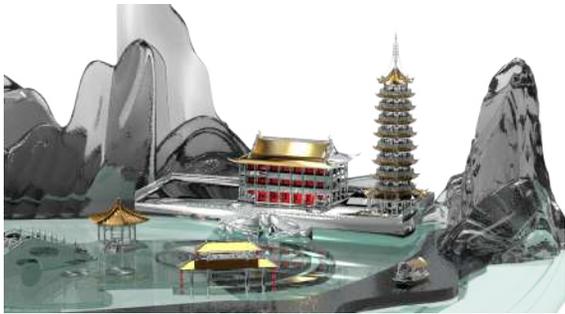
НАНКИН 
32°3'42,01" С.Ш., 118°46'40,01" В.Д.



НАНКИН 
32°3'42,01" С.Ш., 118°46'40,01" В.Д.



3d





НАН



НАНКИН Архитектура

НАНКИН Культура

НАНКИН



НАНКИН Обучение

НАНКИН Гастрономия



