

## **ОБРАЗЫ НАРОДНОГО ПРИКЛАДНОГО ТВОРЧЕСТВА В ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКЕ И СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Территориальная айдентика, во многом наследуя принципы геральдики, выходит сегодня за рамки графического дизайна и рекламы. Истоки территориальной самоидентификации многообразны: это и экономическая специализация города, и его архитектура, культура, история и др. Одним из перспективных источников для айдентики является народное декоративно-прикладное творчество. Можно говорить о взаимном влиянии: использование образов народных промыслов (в частности, глиняных игрушек) позволяет наполнить территориальную айдентику самобытностью, индивидуальностью и традицией. В то же время, использование этих образов в разработке элементов территориальной айдентики (в том числе и для сувенирной продукции) — это способ не допустить их исчезновения.

**Ключевые слова:** территориальная айдентика, сувенир, декоративно-прикладное творчество, игрушка, народный промысел.

*Y. B. Belokhvostova*

## **IMAGES OF FOLK ARTS AND CRAFTS IN TERRITORIAL IDENTITY AND SOUVENIRS**

Territorial identity, largely inheriting the principles of heraldry, today goes beyond the scope of graphic design and advertising. The origins of territorial self-identification are diverse: it is the economic specialization of the city, and its architecture, culture, history, etc. One of the promising sources for identity is folk arts and crafts. We can talk about mutual influence: the usage of images of folk crafts (particularly, clay toys) allows to fill the territorial identity with originality, individuality and tradition. At the same time, the use of these images in the development of elements of a territorial identity (including for souvenirs) is a way to prevent their disappearance.

**Keywords:** territorial identity; souvenir; arts and crafts; toy; folk craft.

Сегодня термин «айдентика» становится все более распространенным и широко используемым в описании разнообразных территорий, будь то регион, город, населенный пункт или туристический объект. Понятие айдентики прежде всего подразумевает систему графических символов и элементов, используемых для идентификации данных территорий. Эта сложная многосоставная система включает в себя не только логотип и фирменные цвета, но и композиционные приемы, и оригинальную графику (шрифт, его размер, гарнитуру, особенности написания), и другие элементы дизайна.

Одна из основных задач айдентики — информационная. При помощи узнаваемых образов, значений и символов пользователю передается определенный набор сведений об объекте. Кроме того, айдентика служит средством знакомства с традициями и историей данной местности, а также выявляет и подчеркивает уникальность культурных особенностей региона.

Возможно, термин этот достаточно новый, но сама идея графической, образной идентификации известна со времен рыцарства, примерно с XII века, когда и было положено начало созданию языка представления людей (первоначально — участников рыцарских турниров) или городов в гербовой символике. Герб служил представлению своего хозяина и всегда был индивидуален, следовательно, отражал некие черты, присущие только ему, при этом, как уже было сказано, носителем мог выступать как конкретный человек, так и его род, город или даже государство. Очевидно, что личные гербы появились раньше других, и уже на их основе в дальнейшем сформировались гербы династий и затем государственные. Изучением гербовой символики занимается историческая дисциплина — геральдика. В современном контексте геральдика выполняет значимые функции, одной из которых можно назвать преемственность культурных традиций разных стран и народов. Именно на основе такой преемственности формируется коллективная память народа, его самоидентификация, определяется масштаб национальной и интернациональной культурной принадлежности.

Изобразительные нормы, разработанные для символики гербов, наследуют богатый опыт декоративного оформления. Геральдические символы несут глубокий смысл, отражая характер и сферу деятельности их обладателей, а также воплощая в себе мифологические и нравственные представления. Геральдические символы также помогают определить статус личности в контексте государства и общества, а также продемонстрировать мировоззрение и географическую принадлежность.

Считается, что русская геральдика ведет свою историю только с XVII века. Однако уже в Древней Руси функционировала система символов и эмблем (например, знаки Рюриковичей), демонстрирующая определенное сходство с концепциями геральдики. В конце XV века, при правлении Ивана III, появились первые официальные государственные эмблемы, в то время как территориальные эмблемы, предвещавшие будущие гербы, стали применяться только в эпоху правления Ивана Грозного. Персональные и семейные гербы начали появляться лишь во второй половине XVII века под влиянием европейских образцов и стандартов. Активно развиваться геральдика стала в России в период правления Петра I.

На гербах российских городов часто изображались животные, которые могли считаться символами той или иной территории: медведь на гербе Ярославля, тигр на гербе Владивостока, лось на гербе Вологды. Но иногда образ животного трактовался сложнее, не был напрямую связан с местом — так, например, на гербах Владимира и Красноярска появляется лев. Понятно, что ни во владимирских лесах, ни в Сибири львы не водятся, но для

геральдики (не только российской, но и мировой) это образ традиционный, символизирующий могущество, силу, власть, мужество и отвагу.

Зачастую герб рассказывает о том, чем именно жил тот или иной город, каким производством славился — на гербах изображаются инструменты и орудия труда, молоты и ружья, топоры и пилы, корабельные и рыболовные снасти, сельскохозяйственные орудия. Так, в лапах льва на гербе Красноярска изображена золотая лопата, символизирующая богатство недр края и, прежде всего, добычу золота, а также золотой серп, символизирующий плодородные земли.

Наряду с орудиями труда на российских гербах можно встретить и предметы быта — веретено, ключ, подкову, кувшин и другие. У каждого из них есть не только прямое, но и переносное, символическое значение. Так, кувшин означает жертвенность, благородство. Недаром этот образ появляется на гербе Воронежа, который неоднократно принимал на себя удар врагов Российского государства.

Сегодня айдентика, во многом наследуя принципы геральдики, создает новые смыслы, выходя за рамки сферы графического дизайна и рекламы, активно включая элементы дизайна архитектурной среды, урбанистики. В определенной степени это обусловлено процессом глобализации, объединения городов и даже стран единым культурным пространством, в котором все же необходимо сохранить самобытность каждого отдельного региона. В задачи территориальной символики входит поиск и отражение такого символа, который бы обобщенно, лаконично, с необходимой долей условности, но предельно понятно и читаемо отразил бы все особенности, традиций и самобытность данного места.

Следует отметить, что в настоящее время наблюдается существенный рост требований к городской среде, ее информационной комфортности, повышению комфорта в общественных пространствах, которая связана с визуализацией городской среды и улучшением навигации в городских общественных пространствах. Можно утверждать, что система навигации играет существенную роль в переносе понятия «айдентика» из сферы графического дизайна в область городского дизайна. Этот процесс ускорился в контексте процесса цифровизации городской среды, при котором сознание горожан постепенно начинает размывать границы между реальными образами города и их виртуальными репрезентациями в социальных сетях, информационных порталах и цифровых документах.

Источники территориальной самоидентификации охватывают множество разнообразных и многоуровневых факторов. Среди них следует выделить экономическую специализацию города, архитектурные и культурные достопримечательности, исторические события и сведения, легенды и мифы, а также географические и природные особенности. Важно, что изучение культуры, истории, традиций является необходимым условием для гармоничного развития визуальной культуры города, формирования органичной айдентики.

Кроме вполне очевидных элементов (таких как гербы и логотипы, в том числе событийные), шрифты, графические элементы навигации, айдентика включает в дизайн-код региона и такие неожиданные, на первый взгляд, компоненты, как колористические решения, которые могут играть важную роль в визуальной идентификации города. Некоторые города имеют рекомендуемую к использованию в историческом центре и закреплённую в муниципальных документах колористическую палитру, один из хрестоматийных примеров — Санкт-Петербург [5, с. 319].

Говоря об экономической специализации как основе территориальной айдентики, прежде всего вспоминаются такие известные примеры, как ткачество в геральдике города Щелково (по преданию, названного так по звуку щелканья ткацкого станка), золотая вышивка, которая и сейчас является одним из основных элементов идентификации города Торжок, знаменитое кольчугинское литьё. Особой популярностью и узнаваемостью пользуются «съедобные символы» — вологодское масло, башкирский мед, тульский пряник, белевская пастила. Надо сказать, что многие из таких символов становятся идеальными сувенирами, олицетворяющими ту или иную территорию, хотя с точки зрения предметного дизайна и визуального воплощения такого символа основная нагрузка ложится не на сам продукт, а на его название и упаковку.

Наиболее перспективным представляется использование в качестве узнаваемого элемента территориальной айдентики, идеально подходящего также и для сувенирной продукции, образов, орнаментов и изделий декоративно-прикладного искусства. Местные народные промыслы являются идеальным источником для разработки элементов, знаков и символов территориальной айдентики в России. В ряде отраслей искусства и ремесел России существует обширное наследие, которое известно не только внутри страны, но и получило признание во всем мире. К таким видам искусства можно отнести, например, бело-голубую керамику Гжели, хохломскую роспись, вологодское кружево, жостовские подносы, павлово-посадские платки и палехскую миниатюру. Создаваемые в рамках этих искусств и ремесел уникальные орнаменты могут стать существенными и узнаваемыми элементами коммуникационной среды. Путем их применения в объектах графического и предметного дизайна можно отражать богатый художественный, историко-культурный и самобытный потенциал русского народа.

Ярким и успешным примером такого использования многообразия и единства художественных мотивов народных ремесел России можно считать создание «лоскутного одеяла», которое приобрело статус символа XXII Олимпийских зимних игр, проводившихся в Сочи в 2014 году. Сама техника лоскутного одеяла, являясь также традиционной для русского народного промысла, прекрасно подошла для объединения в одном образе не только самых популярных, но и значительно менее известных узоров (русские ситцы, кубачинское серебро, мезенская роспись, северодвинские узоры и многие,

многие другие). Это решение позволило представить многообразие культурных традиций и образцов народного промысла России в одной композиции, выполнив роль территориальной айдентики для всей страны. Конечно, отражены в «одеяле» далеко не все русские промыслы, отбор был произведен с учетом известности, гармоничного цветового и композиционного сочетания образцов между собой. Следует выделить универсальность разработанного дизайна, который допускает его применение на разнообразных носителях и в различных контекстах. Узоры «лоскутного одеяла» Олимпийских игр могут быть успешно интегрированы в электронные и цифровые средства, использованы на спортивной экипировке атлетов и на медалях, а также в оформлении спортивных стадионов, городских архитектурных сооружений. Они также находят применение в публикациях как в печатных, так и в электронных средствах массовой информации, а также в телевизионной трансляции событий Олимпийских игр. Это свидетельствует о многогранности и адаптивности дизайнерских элементов, что подчеркивает их важное значение в современной визуальной коммуникации и идентификации крупных спортивных мероприятий. В результате из множества сегментов сложился единый стилизованный образ, объединяющий русские промыслы и ремесла, ярко, самобытно и в то же время современно представляющий Россию на международном уровне.

Практически каждый регион России может быть представлен собственными художественными промыслами, традициями и ремеслами. Образы этих промыслов довольно редко использовались в геральдике. Однако одним из ярких примеров можно назвать герб села Богородское Сергиев-Посадского района Московской области, на котором изображена широко известная игрушка местных мастеров-резчиков по дереву, которой уже более 360 лет — кузнец и медведь по очереди бьют по наковальне. В данном случае промысел был не только семейным делом — в начале XX века была открыта артель «Богородский резчик» и производство подвижных деревянных игрушек, снабженных различными раздвижными механизмами, было поставлено на поток. Еще один пример современного использования традиционного промысла в геральдике — это герб Спасского района Пензенской области, на котором изображена глиняная свистулька, изготовлением которых издавна славится село Абашево в этом районе.

В целом можно утверждать, что образы народного прикладного творчества используются в территориальной айдентике крайне редко. Значительно чаще такое использование мы видим в сувенирной продукции. Эта продукция вызывает интерес к культуре и истории России как у россиян, так и у иностранных гостей, прекрасно решает задачи территориальной, туристической и событийной айдентики. Именно она может стать весьма действенным фактором развития региона как туристического объекта. Айдентика создает образы, обеспечивающие узнаваемость местности среди множества других, популяризирует регион, формирует не просто узнаваемый,

но и самобытный и однозначно позитивный его имидж, используя современный и понятный язык графического дизайна.

С другой стороны, следует отметить и обратное влияние — территориальная айдентика имеет потенциал стать мощным стимулом для реанимации утраченного местного декоративно-прикладного искусства, возродить не только интерес к нему, но и само традиционное ремесло, народный промысел. Она способствует поиску современных форм выражения художественных традиций и декоративных ремесел, тем самым поддерживая интерес к национальной и этнической культуре России, а также к образцам художественной промышленности и изделиям декоративно-прикладного искусства.

В сочетании с маркетинговыми инструментами и мероприятиями в области событийного туризма, айдентика может стать носителем и популяризатором художественной промышленности, делая образ региона привлекательным как для местных жителей, так и для туристов. Элементы айдентики, разработанные на основе образов традиционного для той или иной местности народного творчества, способствуют также новому восприятию ремесел и народных промыслов, обогащая их современным контекстом и выражением. При этом образ может быть использован как целиком, так и частично — форма, орнамент, техника росписи, цветовая гамма, другие узнаваемые элементы.

Так, например, дымковский промысел был практически утрачен в начале XX века. История дымковского промысла насчитывает около 400 лет. Это потомственное домашнее ремесло, передававшееся по женской линии. Традиционное место его бытования — город Вятка (ныне Киров). Традиционная дымковская игрушка — это глиняная игрушка, выполненная методом ручной лепки, прошедшая обжиг при температуре 850 градусов, побеленная и расписанная яркими темперными красками орнаментами, характерными только для этого промысла. Сохранить знаменитую дымковскую игрушку удалось благодаря кропотливой работе всего нескольких потомственных мастеров, получивших свои знания и навыки в наследство от старшего поколения. Яркие праздничные образы повлияли на профессиональное декоративно-прикладное творчество. В 1960–1970-е гг. изображения дымковских игрушек можно было встретить на ситцевых и штапельных тканях, используемых в оформлении интерьеров. Нашли свое применение эти образы и в современном дизайне.

Специально к празднованию 640-летия города Кирова графическими дизайнерами был разработан логотип по мотивам дымковского промысла. Так, узнаваемый образ одной из дымковских игрушек получил еще одну форму развития — в бренде территории, в территориальной айдентике. В логотипе был использован традиционный орнамент и цветовая гамма, а также старорусский шрифт, который сделал акцент на связи поколений и традиции. Надо признать, что композиция и цветовая гамма логотипа Кирова сами по

себе не уникальны — и цвета такие использовались ранее, и шрифты. Подобные подходы и решения можно найти в брендинге других территорий, они могут быть охарактеризованы как типичные. Однако именно узнаваемость в этой композиции дымковского индюка — одной из старейших игрушек промысла, выпускающейся по настоящее время, — делает логотип уникальным (ил. 1). Такое обращение к традиционным образам способствует укреплению известности дымковской игрушки, сохранению и современному развитию промысла, его популяризации, привлечению туристов в регион; может выполнять функцию товарного знака для предметов художественной промышленности и сувениров, выполненных на данной территории.

Такие глиняные игрушки и игрушки-свистульки делались практически в каждой губернии в России, где было глиняное месторождение: абашевская игрушка в Пензе, филимоновская игрушка в Пензе, карачунская игрушка в Воронеже, каргопольская игрушка в Архангельске и многие другие. Сюжеты игрушек довольно однообразны: птички, собачки, белки, петушки, всадники, барыни, бараны с лукошком, медведи с гармошкой. У фигурок есть как общие черты, так и специфические для каждого региона. Специфика проявляется в основном в росписи, цветовой гамме и цвете материала, зависящих от глины, которая добывается в регионе (красная или белая).

К сожалению, многие яркие и выразительные образцы народного творчества в XXI веке практически прекратили свое существование. Так, например, только в музеях осталась вырковская игрушка, которая изготавливалась в Касимовском районе с начала XIX века. Гончарным искусством занимались практически в каждой вырковской семье — и мужчины, и женщины, и дети, которых учили работать с глиной с 11 лет. Особенно выделялись среди всех глиняных изделий игрушки, которые изображали или сценки из фольклорных сюжетов, или животных. Большинство вырковских игрушек были свистулками, которые подражали звукам животных. Например, фигурка свиньи издавала звук, похожий на хрюканье, а петух кукарекал. Одна из самых известных игрушек этого региона — лошадь, которая хранится в коллекции Касимовского историко-культурного музея-заповедника (ил. 2). Эта игрушка выполнена потомственным гончаром Иваном Листовым по традиционной технологии из красной глины, которую добывали в окрестностях деревни Вырково. Уже к концу XX века гончарное искусство в деревне Вырково перестало существовать. Однако сейчас, когда активно развивается направление внутреннего туризма, агротуризма, в том числе и в Касимове и области, многие предприниматели стали задумываться о возрождении вырковской игрушки именно как аутентичного регионального сувенира.

Актуальная проблема возрождения и развития угасших или утраченных народных промыслов, которые обладают значительным культурным потенциалом и являются характерными для различных регионов России, может быть решена различными способами.

Первым из них является сохранение этих промыслов через труд мастеров-кустарей и надомников, которые продолжают создавать изделия вручную. Однако значительно более перспективным подходом является возобновление производства в рамках фабрик и артельных предприятий. Это позволяет масштабировать производство и создавать изделия декоративно-прикладного искусства, придерживаясь классических образцов и канонов.

В дополнение к этому, можно использовать мотивы и элементы этих уникальных промыслов в произведениях декоративно-прикладного искусства, создаваемых опытными художниками. Такой подход позволяет сохранить и воспроизвести культурное наследие и традиции, а также внести в них современные интерпретации и решения, поддерживая живучесть и актуальность народных промыслов в современном мире [3, с. 274]. Конечно, один из наиболее действенных и перспективных способов — это мастерские, подобные Абрамцевскому художественному кружку, где не только изучали, но и обучали традиционным художественным ремеслам.

Использование образов народных ремесел и художественных промыслов в разработке территориальной айдентики (в том числе и для сувенирной продукции) — это тоже способ сохранения этих промыслов, возможность не допустить их исчезновения. Актуальность закрепления в материальной и графической культуре, в визуальных символах идентичности, самобытности того или иного города, района, события очевидна, при этом очевидно и то, что источником образов для этого может и должно стать каноническое наследие традиционного декоративно-прикладного искусства.

## Литература

1. Абрамцево. Художественный кружок / Под ред. Г. Ю. Стернина. Л.: «Художник РСФСР», 1988. 320 с.

2. Бесчастнов Н. П. Российская школа подготовки художников для текстильной и легкой промышленности. Становление и развитие. М.: Изд-во МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2005. 162 с.

3. Бесчастнов Н. П., Рыбаулина И. В., Дембицкая А. С. От народного предметного творчества к отечественному декоративно-прикладному искусству фольклорного направления: современный опыт и пути развития // Вестник славянских культур. 2020. Т. 55. С. 272–286.

4. Маслов М. М. Территориальная айдентика как способ популяризации художественной промышленности и народных промыслов России в информационном обществе на примере города Сочи // Инновации в социокультурном пространстве. Материалы XII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 45–50.

5. Робезник Л. В. Айдентика русского города. Отличительные черты. Ученые записки Новгородского государственного университета. 2022. № 3 (42). С. 319–321.

## Иллюстрации



*Ил. 1. Дымковская игрушка и логотип 640-летия города Киров*



*Ил. 2. Вырковская игрушка*

### **Сведения об авторе:**

*Белохвостова Юлия Борисовна*, Международная академия бизнеса и управления, Москва, доцент департамента дизайна и рекламы; bestflat@mail.ru

*Belokhvostova Yulia B.*, International Academy of Business and Management, Moscow, Associate Professor of the Department of Design and Advertising; bestflat@mail.ru