



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru

ISSN 2542-1271



**№2(45)**

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ФИЛОЛОГИЯ, КУЛЬТУРОЛОГИЯ И  
ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ**

МОСКВА, 2021



# НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ФИЛОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

*Сборник статей по материалам XLV международной  
научно-практической конференции*

№ 2 (45)  
Февраль 2021 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва  
2021

УДК 008+7.0+8

ББК 71+80+85

НЗ4

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Воробьева Татьяна Алексеевна** – канд. филол. наук, доц. кафедры отечественной филологии и прикладных коммуникаций Череповецкого государственного университета, Россия, г. Череповец;

**Назаров Иван Александрович** – канд. филол. наук, ст. науч. сотр. Государственного Бюджетного Учреждения Культуры г. Москвы, "Музей М.А. Булгакова", Россия, г. Москва;

**Монастырская Елена Александровна** – канд. филол. наук, доцент, кафедра «Иностранные языки», Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, Россия, г. Кемерово.

**НЗ4 Научный форум: Филология, искусствоведение и культурология:**

сб. ст. по материалам XLV междунар. науч.-практ. конф. – № 2 (45). – М.: Изд. «МЦНО», 2021. – 72 с.

ISSN 2542-1271

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2542-1271

ББК 71+80+85

© «МЦНО», 2021

## **Оглавление**

### **Раздел 1. Искусствоведение 4**

#### **1.1. Изобразительное и декоративноприкладное искусство и архитектура 4**

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН НОРВЕГИИ НАЧАЛА XXI  
ВЕКА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА  
К ПРОЕКТИРОВАНИЮ 4  
Горелов Михаил Вячеславович

ДИЗАЙН ШВЕЙЦАРИИ КАК ОТВЕТ НА  
ГОСУДАРСТВЕННУЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ  
В ОБЛАСТИ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ  
ОБЩЕСТВА 18  
Горелов Михаил Вячеславович

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА  
АВСТРИИ 35  
Горелов Михаил Вячеславович  
Алиева Рена Интизар кызы

### **Раздел 2. Литературоведение 50**

#### **2.1. Журналистика 50**

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СРЕДСТВ АРГУМЕНТАЦИИ  
ДИСКУРСА ГАЗЕТНОГО РЕКЛАМНОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ 50  
Гавришева Анастасия Семеновна  
Планида Александра Андреевна

### **Раздел 3. Языкознание 55**

#### **3.1. Теория языка 55**

ИССЛЕДОВАНИЕ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ В КИТАЕ  
И В РОССИИ 55  
Ван Чжицянь

О ЯЗЫКОВОМ СТИЛЕ БУРЯТСКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ  
ПРОИЗВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА  
БАРАДИЙ МУНГОНОВА) 67  
Нимаева Ирина Бальжинимаевна

## РАЗДЕЛ 1.

### ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

#### 1.1. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНОПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И АРХИТЕКТУРА

##### ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН НОРВЕГИИ НАЧАЛА XXI ВЕКА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА К ПРОЕКТИРОВАНИЮ

*Горелов Михаил Вячеславович*

*канд. искусствоведения, доцент,  
Московская Государственная  
художественно-промышленная  
академия им. С.Г. Строганова,  
РФ, г. Москва*

##### INDUSTRIAL DESIGN OF NORWAY AT THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY AS A REFLECTION OF A MODERN APPROACH TO DESIGN

*Michael Gorelov*

*Candidate of Art History,  
Moscow State Art and Industry Academy S.G. Stroganova,  
Russia, Moscow*

**Аннотация.** В материале рассматривается ряд важнейших функций современного промышленного и архитектурного проектирования – гуманистическая, социальная, познавательная, ориентированные на самые широкие слои общества. В статье приводится мысль о возможности развития экономики любой страны при помощи инструмента дизайна и промышленных технологий в совокупности с воспитанием эстетического восприятия действительности и образа мышления человека на основе

понимания значимости той среды, в которой он живет. Отмечается, что определяющим, системообразующим началом в этом процессе является государственная поддержка, базирующаяся как на поддержке образовательных проектных программ в высших учебных заведениях и колледжах, так и ряда институтов и фондов, отвечающих за продвижение на рынке инновационных технологий и разработку объектов дизайна и архитектуры. Норвежский опыт, рассматриваемый в данном конкретном материале, является тому ярким свидетельством.

**Abstract.** The article considers a number of the most important functions of modern industrial and architectural design-humanistic, social, cognitive, oriented to the broadest strata of society. The article presents the idea of the possibility of developing the economy of any country with the help of design tools and industrial technologies in conjunction with the education of aesthetic perception of reality and the way of thinking of a person based on the understanding of the significance of the environment in which he lives. It is noted that the defining, system-forming beginning in this process is the state support based both on support of educational project programs in higher educational institutions and colleges, and a number of institutes and funds responsible for promotion in the market of innovative technologies and development of objects of design and architecture. The Norwegian experience, considered in this particular material, is a clear evidence of this.

**Ключевые слова:** норвежский дизайн; новаторские технологии; государственная архитектурная политика; универсальный дизайн.

**Keywords:** Norwegian design; innovative technologies; state architectural policy; universal design.

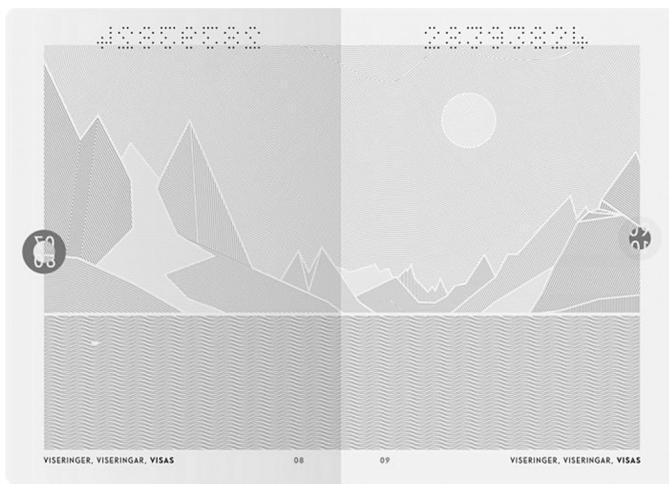
Понятие скандинавского дизайна появилось в 1950-х годах, когда норвежские дизайнеры и их скандинавские коллеги совершали маркетинговые туры по Европе и США, представляя продукты своего творчества, отличительной чертой которых были минимализм и функциональность. Пожалуй, норвежцы не продвигали своих звезд послевоенного дизайна так упорно, как это делали шведы и датчане. Но в этом есть и преимущество: новое поколение дизайнеров может позволить себе выражаться куда более свободно, не пытаясь соответствовать планкам, заданным их предшественниками, особенно по сравнению со своими скандинавскими соседями, где наличие мощной национальной индустрии, с одной стороны, служит объединяющим фактором, а с другой – ограничивает. Уже сегодня норвежские дизайнеры завоевывают международное

признание. Они работают в разных форматах, но их объединяет готовность экспериментировать и идти на риск.

Специфика норвежского дизайна – необычная позиция в отношении как международных художественных тенденций, так и местной художественной традиции. Норвежская система предполагала жизнь крупными фермерскими усадьбами, изолированными от внешнего мира и в то же время обеспечивающими все необходимое. Особенность Норвегии – сочетание суровых условий жизни и комфорта, сочетающих национальную традицию и принципы международного дизайна.

Многие норвежские дизайнеры черпают вдохновение в глобальных трендах и ориентируются на международный рынок. Поэтому обрисовать некий единый стиль норвежского дизайна сложно, хотя навеянные природой формы, изящные линии и цветовые решения четко прослеживаются у разных брендов. Для многих дизайнеров отправной точкой стала родная природа, погода и образ жизни. Неудивительно, что многие признанные марки выпускают экипировку для дождя и теплые шерстяные изделия. Они создают одежду для обычных людей, которым не чуждо чувство стиля, в то время как марки одежды премиум-класса встречаются гораздо реже. Норвежские дизайнеры сильны и в создании ламп и предметов освещения. Наверное, это дань долгим зимним ночам.

Интересно, что за последние несколько лет наиболее резонансные дизайн-проекты были выполнены по государственному заказу. Новые банкноты норвежской кроны, созданные норвежским архитектурным бюро Snøhetta и дизайн-студией The Metric System, тут же получили статус эталона. [2, с. 19]. А обновленный дизайн норвежских паспортов, с его свежими цветами и схематичными изображениями норвежских ландшафтов, получил престижную международную премию (Рис. 1). Британская газета *The Guardian* так отзывалась о нем: «Если паспорт является символом национального самоопределения, то новый дизайн норвежских паспортов бесспорно увековечил ухоженный, минималистичный и красивый образ своей страны» [3, с. 27].



**Рисунок 1. Паспорт гражданина Норвегии. Авт. Neue, 2014**

Креативный директор Neue – графической компании-проектировщика, выполнявшей заказ, – Ларс Хавард Дальстрем сказал, что студия изначально рассматривала паспорт как «проект идентичности». «Я думаю, что мы выделялись на фоне других, потому что нам удалось освободиться от мысли о паспорте, как о традиционном документе», – сказал он [3, с. 29]. Помимо необходимости иметь «четкое выражение норвежской идентичности», по мнению студии, существовал еще целый ряд других соображений. Он должен быть «креативным и новаторским», а также представлять собой документ высокой ценности. Объединяющей темой проекта являлась природа. Цель проекта – объединить людей разных возрастов, полов и регионов. Окружающие норвежцев пейзажи дают чувство принадлежности и гордости, а также выполняют символическую функцию для всей нации. Хотя во время работы над дизайном существовало опасение, что живописные образы могут «легко стать клише», но в то же время разработчики справедливо полагали, что природа для норвежцев – это гораздо больше, чем «просто красивые пейзажи». Она снабжает страну ресурсами, богатым рыбным промыслом, чистой гидроэлектроэнергией и различными другими промышленными ресурсами. Эти пейзажи стали свидетелями многих исторических событий, важных для истории и наследия страны. Каждая страница «представляет собой уникальную историю Норвегии», говорится в релизе студии [3, с. 30-31].

Норвежец Андреас Энгесвик (р. 1970 г.) уверен, что поэзия способна улучшить дизайн. Он всемирно известный дизайнер мебели, посуды и других предметов и сотрудничает с множеством различных брендов, например, iittala, Muuto, Fontana Arte, Ligne Roset и Asplund. Согласно его мнению, норвежский дизайн более свободный и поэтичный, чем дизайн других скандинавских стран [7]. Причина данного факта заключается в том, что эта творческая профессия ориентируется на скандинавские традиции дизайна, которые сейчас как нельзя более актуальны. И, в первую очередь, это экологичность в выборе материалов и технологии производства того или иного предмета или объекта. Основные характеристики норвежского дизайна – надежность, функциональность и способность эмоционально привязывать хозяина к вещи культивируются мастером повсеместно. Функциональность, натуральное дерево, цвет – все это присутствует в работах Андреаса. Так же, как и его знаменитые предшественники Арне Якобсен или Бёрге Моргенсен, он вдохновляется природой, поэтому отдает предпочтение органическим материалам и простым формам. (Рис. 2). Натуральные материалы, яркие оттенки, лаконичные формы и удобство – как говорится, всё соблюдено и соответствует скандинавскому стилю. Автор работ точно знает, что такое Скандинавия, какой её любят, и всё делает для того, чтобы его шедевры были современными, красивыми и качественными.



**Рисунок 2. Кресло для дома и офиса. Авт. А. Энгесвик, 2015**

Андреас обучался профессии в Национальном колледже искусств и дизайна, а также в Бергенском университете. Но тяга к знаниям на этом не иссякла – Энгесвик сам преподает в стокгольмском университете Konstfack. В 2000 году дизайнер вместе с друзьями учредил студию Norway Says («Говорит Норвегия») и в апреле того же года они отправились в Милан представлять свою дебютную дизайнерскую коллекцию на выставке SaloneSatellite [7]. На Стокгольмской неделе дизайна в 2013 году совместно с норвежскими дизайнерами из StokkeAustad он представил необычные стеклянные скульптуры *The Woods*. Вдохновением для проекта послужили северное сияние, скандинавские леса и то, как в разные сезоны года деревья меняют свой облик (Рис. 3).



**Рисунок 3. Стеклянные скульптуры *The Woods*. Авт. А. Энгесвик, 2013**

Одна из самых последних работ Андреаса Энгесвика – кресло *Agnes* для шведской марки *Ige*. Главной идеей было создать кресло, подходящее как для городской квартиры, так и для веранды. Широкое основание и низкая посадка призваны расслабить сидящего, окунув его в уютную неформальную атмосферу. Отличительной особенностью вещи стала обивка, которую можно с легкостью заменить. Работы Энгесвика были удостоены различных наград, среди которых *Red Dot Design Award* (2016 – зубная щетка *Tann* для *Jordan HAY*; 2014 – светильник *Blom* для *FontanaArte*; 2012 – подсвечник *Allas* для *Iittala*), *Elle Decoration Award*, *Bo Bedre Magazine Award* [7].

«Поскольку многие дизайнеры ищут партнеров за пределами собственной страны, каждый отдельно взятый дизайнер, воплощая свои собственные предпочтения, сильные стороны и интересы, тем самым обогащает уже существующее сообщество молодых норвежских

дизайнеров», – говорит Кристине Фиве Мелвэр (р. 1984 г.) (Kristine Five Melvær), чьи предметы посуды, освещения и мебели, текстильные объекты и графический дизайн были отмечены рядом премий [6]. Отдельный интерес представляют ее разработки в области светильников для домашнего интерьера. Один из них – “Bloom” (“Цветок”) – серия из трёх настольных ламп, формы которых заимствованы из окружающей нас природы. Они напоминают и капли воды, и бутоны цветов, и фрукты. Стальные конструкции имеют разную высоту, плафоны изготовлены из цветного холста (Рис. 4).

Ещё один вариант освещения от Кристины Мелвер – “Liquid Light” (“Жидкий свет”). На подставке из берёзового дерева с латунным гнездом для свечи стоит стеклянный графин. Днём графин выполняет декоративную функцию, а вечером играет роль светильника. Наполненный жидкостью графин, подобно линзе, усиливает свет горящей свечи. Тихим вечером композиция смотрится ещё эффектнее, когда жидкость окрашена в какой-нибудь цвет. Светильник напоминает старинные лампы, использовавшиеся сапожниками в XVII веке (Рис. 5).



**Рисунок 4. Настольные светильники Bloom. Авт. Кристине Фиве Мелвэр, 2017**



**Рисунок 5. Настольные светильники Liquid Light. Авт. К. Фиве Мелвэр, 2018**

Автор проектов фокусируется на коммуникативном потенциале предметов, стремится раскрыть их чувственную сущность и установить эмоциональную связь между объектом и пользователем, оформляя свои проекты с характерной скандинавской простотой. Кристине Мелвер сотрудничает со многими европейскими производителями. Среди скандинавских дизайнеров она первой установила творческие взаимоотношения с бельгийским брендом When Objects Work, для которого подготовила несколько серий тарелок, ваз и мыльниц. Кристине входит в число наиболее заметных разработчиков новых дизайнов для старинной норвежской фабрики стекла Magnor Glassverk. Дизайны Мелвер представлены в продукции текстильного бренда Røros Tweed и в изделиях Neumat. Садовая мебель талантливой художницы, экспонировавшаяся на Стокгольмской мебельной ярмарке в феврале 2016, сейчас выпускается компанией Vestre [6].

В Норвегии в секторе высокой моды работает множество дизайнеров. Созданную ими одежду можно найти в модных бутиках Нью-Йорка, Токио и Парижа. Norwegian Rain и Swims – бренды функциональной и эстетичной одежды от дождя, а Holzweiler создает уникальные коллекции кашемировых, шелковых и шерстяных шарфов. Роль времен года в жизни норвежцев особенно подчеркивается брендом Fall Winter Spring Summer, производящим по-скандинавски удобную и эстетичную женскую одежду, в которой женственность гармонично сочетается с мотивами противоположного пола. [4, с. 51].

В газете *The New York Times* в 2015 году был опубликован обзор талантливых норвежских дизайнеров, среди которых фигурировали такие имена и марки, как Anderssen & Voll, молодой дизайнер изделий из керамики Виктория Гюнцлер (Victoria Gunzler) и дизайнер мебели Сара Райт Польмар (Sara Wright Polmar), Халлгейр Хомстведт (Hallgeir Homstvedt) и Руна Клок (Runa Klock), архитектурное бюро TYIN tegnestue [3, с. 45].

Например, архитекторы TYIN tegnestue, чья постройка была представлена в 2019 г. на выставке, начинали с проектов для бездомных детей в Таиланде: с использованием очень простых и дешевых местных материалов, вторсырья, с учетом жаркого климата – для совсем иной ситуации, чем на родине, но с тем же подходом (Рис. 6). Осознание архитектором того, как его проекты могут увеличить «устойчивость» общества, улучшить образ жизни, лежит в основе норвежского метода.



**Рисунок 6. Проект жилища для бездомных детей. Таиланд.  
Авт. TYIN tegnestue, 2016**

Когда звучит слово «дизайн», на ум приходит мебель, автомобиль или электронные устройства. Тем не менее, в таких учебных заведениях, как Школа архитектуры и дизайна в Осло (осн. 1945 г.), все больше внимания уделяется роли дизайнера в решении социальных проблем – как в общественном, так и в частном секторе. Как дизайнеры могут снизить уровень загрязнения окружающей среды и внести вклад в устойчивое развитие общества? Или как создавать общественные пространства, где дети смогут передвигаться и играть в комфортной им среде? В качестве примера успешного решения подобных вопросов

можно выделить совместную работу команды дизайнеров с Больницей Университета Осло. Реализованный проект позволил снизить время ожидания диагностики раковых заболеваний с 12 недель до 7 дней [1, с. 48].

Институт дизайна Школы архитектуры и дизайна в Осло считается одним из лучших в мире. В его стенах для учащихся и сотрудников открыто 4 научно-исследовательских центра:

- градостроительства и ландшафтоведения;
- исследований в сфере дизайна;
- архитектуры и тектоники;
- изучения архитектурных памятников, архитектурной среды и процессов, происходящих в ней.

На территории ВУЗа работает огромное количество мастерских, павильонов, лабораторий. Выделены участки для практических занятий в области ландшафтного дизайна. Есть как совсем небольшие мастерские, обеспечивающие полное сосредоточение, так и огромные павильоны для творческой работы в команде. Есть нечто общее в идентичности скандинавского образца: дизайнеры учатся тщательной работе с материалом, обращают внимание на северный свет, природу. Они не учатся «скандинавскому дизайну», они учатся проектировать «по-скандинавски». Учебника для этого нет.

В Норвежском центре дизайна и архитектуры (DOGA) (осн. 2005 г.) периодически проходят выставки, конференции и другие мероприятия, посвященные практическому применению дизайна и архитектуры в жизни. Design and Architecture Norway (DOGA) – это фонд Министерства торговли и промышленности, который работает над усилением роли дизайна и архитектуры в дизайне Норвегии завтрашнего дня. Каждый год компания Design and Architecture Norway получает письмо о гранте от Министерства торговли и промышленности, в котором устанавливаются цели, приоритеты и требования к производительности для гранта, который DOGA получает из государственного бюджета [5, с. 27].

В этом же центре (DOGA) расположена штаб-квартира фонда Norsk Form – архитектурно-дизайнерского бюро, ответственного за "проектную политику" страны (аналог ВНИИТЭ – СССР – Россия). Деятельность фонда основана на идее того, что государство и общественные институты должны объяснять людям важность роли архитектуры и дизайна в жизни. Необходимо улучшать вкус и способность к оценке качества. Но фонд не проповедует изящество вкуса или стиля, а пропагандирует важность выбора между хорошим и плохим, по мнению каждого конкретного человека, вкусом. Люди должны понимать, на чем основывается их выбор.

Один из главных проектов Norsk Form – «Дизайн без границ». Выработана идея о создании совместных проектов в странах третьего мира, где дизайн становится инструментом их развития. Публику больше всего интересует дизайн изделий, но это не так важно, важнее показать им, как методы и методология проектирования может быть частью процесса развития. В сфере архитектуры дизайнеры участвуют во многих проектах, особенно градостроительных – связанных с архитектурой и дизайном. Авторы проектов устраивают общественные дискуссии, чтобы планировщики, муниципальные служащие, политики и даже дети лучше понимали, как создается окружающая их городская среда. С целью улучшения среды в 2009 году норвежское правительство приняло государственную архитектурную политику, действующую 13 министерств, т. е. оно признало, что архитектура «работает» во всех общественных сферах – транспорта, культуры, здравоохранения, торговли. Эта политика определила работу правительства в этой области и уже повлияла на архитектуру как дисциплину [5, с. 33].

Одна из целей работы Norsk Form – включение людей в процесс планирования, обсуждения проектов застроенной среды. Люди лучше понимают, о чем идет речь, участвуют в дебатах, и в результате повышается качество проектов и качество жизни всего населения – что и является для Norsk Form главной задачей. Сейчас в Норвегии разрабатывают государственную политику по дизайну, чтобы использовать его как инструмент для обновления общества. Он часть всего экономического процесса – от производства до продажи товара. С его помощью определяют, какие туристические образы и объекты должны представлять страну, а какие – нет. Вот, например, матрешка – это единственный символ России или можно рассмотреть и иные образы? Также есть иной, крайне важный тип «дизайн-политики»: универсальный дизайн, позволяющий каждому равно пользоваться всеми элементами среды. Он включает в себя все – от стула и санузла до дома, вокзала, городской площади.

Например, архитектурная политика включает крупномасштабное планирование транспортных систем, что очень важно для городов. Но архитектура воплощается в конкретных объектах, которые должны быть качественными, в том числе на уровне фактуры поверхности, освещения и т. д. (Рис. 7). Нельзя забывать об удлинении срока службы постройки, что зависит как от ее прочности, так и от способности к трансформации [1, с. 74]. И, конечно, качественные, продуманные архитектурные объекты должны отлично выглядеть!



***Рисунок 7. Пост весового контроля у фьорда Гуллесфьорд  
на севере Норвегии. Авт. Haakon Aurlien, 2019***

Общая цель программы DOGA состоит в том, чтобы участвующие компании увеличили экспорт и адаптировались к новым требованиям ЕС для циркулярной экономики. Современный европейский рынок требует больше, чем раньше, норвежского дизайна, экологичности, высокого качества стиля жизни и социальных ценностей. С этими концепциями ассоциируются норвежские продукты, производители и дизайнеры. Поэтому Innovation Norway и DOGA будут реализовывать программу, рассчитанную на 2021-2025 гг., которая укрепит и обеспечит основу для долгосрочных экспортных инвестиций, и которая может привести к совершенно новым проектным решениям для индустрии. Добавление опыта в дизайн и управление брендом является центральным в программе, которая была разработана в сотрудничестве с Norsk Industri, бизнес-кластером Norwegian Rooms и Советом по сотрудничеству в области мебели и интерьера (SMI). Компании-участницы (Aclima и Steni AS) получили советы от Innovation Norway и DOGA, а также понимание инноваций, основанных на дизайне, его методах, которые своими достижениями ставят потенциального пользователя в центр внимания при разработке новых продуктов или услуг [5, с. 63]. Дизайнеры и архитекторы играют важную роль, когда мы переходим к экономике замкнутого цикла, где ресурсы имеют ограничение. Продукция и здания должны быть спроектированы таким образом, чтобы они имели долгий срок

службы и могли быть легко отремонтированы, повторно использованы или переработаны.

Дизайн и создание бренда важны для создания хорошего клиентского опыта в разных странах. Это стало особенно ясно для Neumat, еще одной компании, получившей место в экспортной программе. Neumat уже добился успеха в Норвегии со своими свежими и функциональными ковриками, разработанными известными норвежскими дизайнерами, но хотел выйти за пределы национальных границ (Рис. 8). Следуя экспортной программе, Neumat прочно закрепился на немецком рынке. Северный норвежский производитель ковров теперь может похвастаться собственным интернет-магазином на немецком языке, постоянным вниманием немецкой прессы, номинацией на престижную немецкую награду за дизайн и продажами, превосходящими все ожидания [3, с. 84].



**Рисунок 8. Напольные коврики для интерьеров. Авт. Неумат, 2017**

Возможно, одно из самых эффектных появлений норвежского дизайна за последнее время было на выставке трендов Rethink в 2019 году. Это были кубистические модули из дерева, созданные архитектурными студиями Vardehaugen и Aslak Haanshuus. Принимая во внимание экоустойчивость, модули после выставки не выбросили, а перевезли на

север Норвегии, где их интегрируют в новые строительные объекты. Как отмечают эксперты, глобальная ориентация на экоустойчивость может стать отличной возможностью для продвижения норвежского дизайна [1, с. 97]. Норвежцы воспитываются с идеей, что вещи должны быть хорошего качества и долго храниться и им не свойственна культура одноразового использования, которая характерна для многих других стран. Норвежские дизайнеры хорошо работают с деревом и натуральными материалами. В то же время современные потребители требуют, чтобы предметный дизайн был связан с природой и спокойствием. В этом аспекте у Норвегии есть свои особенности – природные фьорды и северное сияние, культура обработки дерева и камня, умение работать с текстилем и стеклом. Норвегия неизвестна и экзотична для многих. Если удастся продать локальный дизайн ещё и отличного качества, то мы увидим норвежский дизайнерский бум в ближайшие несколько лет.

Сильной стороной предметов дизайна и архитектуры Норвегии является ориентированный на человека и целостный подход к решаемым задачам. Дизайнеры и архитекторы обладают опытом, который абсолютно необходим для решения все более сложных задач, с которыми они неизбежно сталкиваются. Независимо от отрасли и сектора, дизайн и архитектура могут раскрыть неиспользованный потенциал для инноваций и создания общечеловеческих ценностей.

### Список литературы:

1. Мартовицкая А. Норвегия 2000–2020. Архитектурный путеводитель. – Dom Publishers, 2020.
2. Fallan Kjetil. Scandinavian Design: Alternative History. Berg, 2012.
3. Fiell Charlotte, Fiell Peter. Scandinavian Design. Taschen, 2017.
4. Oriol Anja Llorella New Scandinavian Design. TeNeues. Asensio, Paco, 2005.
5. Sommar Ingrid. Scandinavian Style. Carlton, 2015.
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL <https://ru.furniturehomewares.com/2012-08-30-bloom-lamps-by-kristine-five-melvaer> (дата обращения 06.01.2021).
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL <https://www.visitnorway.ru/things-to-do/art-culture/design/> (дата обращения 06.01.2021).

## ДИЗАЙН ШВЕЙЦАРИИ КАК ОТВЕТ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ В ОБЛАСТИ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ОБЩЕСТВА

**Горелов Михаил Вячеславович**

*канд. искусствоведения, доцент,  
Московская Государственная  
художественно-промышленная  
академия им. С.Г. Строганова,  
РФ, г. Москва*

## SWITZERLAND DESIGN AS A RESPONSE TO THE STATE EDUCATIONAL POLICY IN THE FIELD OF AESTHETIC EDUCATION OF SOCIETY

**Michael Gorelov**

*Candidate of Art History,  
Moscow State Art and  
Industry Academy S.G. Stroganov,  
Russia, Moscow*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается феномен дизайна Швейцарии в контексте общей художественной проектной культуры, включающей обучение, практику и маркетинг. Швейцарский дизайн – это инновации, качество, долговечность и воплощение интеллекта. Швейцарский дизайн – пионер минималистичного стиля. Зародившись в этой стране, он воплотил в себе простоту геометрических фигур, сложность всевозможных абстракций и точность архитектурного проектирования. В материале подчеркивается, что дистанцируясь от формализма, дизайн этой страны как изобретение имеет высокий ранг: новые идеи в использовании материала, изобретение конструкций или новые возможности применения. Швейцарская культура дизайнера не отмечена аристократическим культурным наследием, на современный швейцарский дизайн оказывают влияние объекты и предметы народной культуры.

**Abstract.** This article examines the Swiss design phenomenon in the context of a general artistic design culture that includes training, practice, and marketing. Swiss design is about innovation, quality, durability and the

epitome of intelligence. Swiss design is a pioneer of minimalistic style. Born in this country, it embodies the simplicity of geometric shapes, the complexity of all kinds of abstractions and the precision of architectural design. The article emphasizes that distancing itself from formalism, the design of this country as an invention has a high rank: new ideas in the use of material, the invention of structures or new application possibilities. Swiss design culture is not marked by an aristocratic cultural heritage, modern Swiss design is influenced by objects and objects of folk culture.

**Ключевые слова:** дизайн Швейцарии; инновационные технологии; дизайн-образование; продвижение проектов в области дизайна.

**Keywords:** Swiss design; innovative technologies; design education; promotion of design projects.

Швейцарию часто называют страной мечтателей и изобретателей. Именно на стыке этих талантов в стране появляется так много инноваций. Об «изобретателях», представителях высокотехнологичных и наукоемких отраслях швейцарской промышленности и «мечтателях» – дизайнерах, как представителей интегрированного синтеза искусства и инженерии – этот материал.

Каждый год технические вузы, художественные школы и университеты Швейцарии выпускают множество молодых специалистов в творческих профессиях самых разных направлений, от промышленных дизайнеров до продюсеров. «Мечтатели» – герои творческих профессий, которые также занимают важное место в экономике страны. Это рекламные, дизайнерские, консалтинговые агентства, ювелирные производители, компании из сферы кино, музыки, искусства, книгопечатания и многие другие. Большинство из них сосредоточены в северо-западной и центральной части страны – в Цюрихе, Лозанне, Люцерне. В области геймдизайна первым бакалаврскую и магистерскую программы создал Цюрихский университет искусств (ZHdK), за ним последовали Женевская школа искусств и дизайна (HEAD) и Художественная школа Лозанны (ECAL) [5]. Университеты страны регулярно попадают в списки лучших образовательных учреждений планеты. Секрет в «дуальном» подходе – совмещении в пропорции 50:50 теоретических программ с практическими навыками, обучением в процессе работы. Это ценят как сами швейцарцы, так и иностранцы, которые приезжают сюда по образовательным программам бакалавриата и магистратуры (BA, MA), а также различным программам последипломого образования (CAS, MAS). Например, швейцарская Школа текстиля, основанная еще в 1881 г. Это учебное заведение готовит специалистов по трем основным направлениям: дизайн одежды, бизнес-менеджмент в сфере моды и дизайн тканей.

Выпускники, успешно прошедшие бакалаврский или магистерский курс, получают также диплом Университета Лондона, с которым у Школы заключено партнёрское соглашение. Школа тесно сотрудничает с местными текстильными фабриками, модными домами и ритейлерскими сетями. По мнению дизайнера по текстилю, выпускницы Школы Эвелин Пфеффер, сильной стороной этого учебного заведения является тесная связь с индустрией. Знания, полученные в процессе учебы, понимание того, как происходит пошив одежды в промышленных масштабах, помогают в работе над собственным брендом [4].

Наиболее крупный в стране креативный кластер сосредоточен в Цюрихе. Он специализируется на архитектуре, дизайне, музыке, прессе и разработке видеоигр – именно в этих индустриях сосредоточено больше всего игроков. Для них создана развернутая инфраструктура поддержки и финансирования. В частности, в Центре арт-менеджмента при Цюрихской школе управления и юриспруденции (ZHAW) можно получить консалтинговые услуги по своему художественному проекту. Здесь окажут помощь с разработкой концепции проекта, бизнес-плана для стартапа, проведением рыночного анализа, менторскую поддержку и инвестиционную оценку проекта, подготовкой документов для заявки на грант и получение спонсорской помощи. Еще один пример – бизнес-инкубатор для проектов Цюрихского университета искусств (ZHdK) Z-Kubator. Он поддерживает проекты студентов, преподавателей, исследователей и сотрудников вуза в области культуры и дизайна. В этом инкубаторе предоставляют пространство для работы (с обустроенными студиями для фотографов, дизайнеров, художников, гейм-девелоперов), дают доступ к инфраструктуре ZHdK, проводят семинары, конференции, обеспечивают наставническую поддержку. Z-Kubator также оказывает финансирование как некоммерческих проектов, так и бизнес-начинаний [2].

Во: В городе Ренан расположен специализированный технопарк для проектов в креативных индустриях и на стыке индустрий – Ateliers de Renens. Он работает под эгидой инновационного кластера Innovaud и объединяет стартапы в области дизайна, архитектуры, хендмейда и т. д. Например, один из его резидентов – стартап Swiss Koo, единственное в Швейцарии ателье по производству часов с кукушкой ручной работы. Технопарк оборудован мастерскими для работы с деревом, 3D-печати из различных материалов, инструментами для выполнения различных проектов. Обратиться за поддержкой могут как резиденты Швейцарии, так и иностранные креаторы. Российский «звездный» дизайнер Citroën, Toyota и Sukhoi Владимир Пирожков учился именно в Швейцарии, в легендарной ArtCenter College of Design, в кантоне Во. В этот центр вчерашнего уральского студента «за практикой» отправил наставник

Луиджи Колани, один из самых известных европейских промышленных дизайнеров [4].

Базель: В 2016 году в кантоне появилась независимая ассоциация KreaB, созданная специально для поддержки проектов в креативных индустриях. Члены ассоциации (им может стать как резидент Швейцарии, так и иностранный инвестор) участвуют в мероприятиях, семинарах, образовательных программах, получают консультации менторов и наставников, налаживают деловые связи с потенциальными партнерами.

Вся Швейцария: По всей Швейцарии действуют федеральные ассоциации и другие объединения участников творческих индустрий. Многочисленные фонды и общественные организации дают гранты на развитие культурных и творческих проектов. Например, программа Migros-Kulturprozent, запущенная ритейл-группой Migros, поддерживает множество проектов в области культуры, искусства, образования, досуга, бизнеса и социального предпринимательства. Федеральный фонд Pro Helvetia отвечает за продвижение арт- и культурных проектов национального масштаба. Силами этого ведомства в Швейцарии стала развиваться индустрия гейм-дизайна. В 2010 и 2013 году фонд запустил программы финансирования и пиар-поддержки швейцарских разработчиков видеоигр. Параллельно он способствовал созданию Швейцарской ассоциации разработчиков игр SGDA, которая сегодня насчитывает 140 членов. Фонд и ассоциация помогают им принимать участие в зарубежных выставках гейм-индустрии, реализовать демо-версии продуктов, тестировать разработки. Важная оговорка: Pro Helvetia поддерживает только проекты швейцарцев или людей с сильной (доказанной) связью с Швейцарией. Так что обращаться в фонд за помощью стоит, если вы работаете в сотрудничестве с местными гейм-дизайнерами. Продвижения проектов в области дизайна занимается также национальная платформа Creative Hub. В нее стоит обращаться по вопросам организации воркшопов, мастер-классов, пиар-мероприятий [1, с. 45-46]. И, наконец, специализированная швейцарская краудфандинговая платформа WEMAKEIT помогает собрать деньги на запуск культурных и арт-проектов. Важно, что у работников креативных индустрий есть крупные площадки, где можно представить результаты своего творчества и бизнеса. Ежегодно Швейцария привлекает миллионы зрителей на культурные и творческие события мирового масштаба: арт-выставку в Базеле, джазовый фестиваль в Монтре, Цюрихский кинофестиваль и другие.

Если пересчитать количество знаковых, общепризнанных работ швейцарских дизайнеров и архитекторов на душу населения, окажется, что вклад страны в мировое наследие просто огромен! Швейцарские архитекторы спроектировали Олимпийский стадион в Пекине и Музей современного искусства в Сан-Франциско. Знаменитые кушетки Ле

Корбюзье, настенные часы Макса Билла и швейцарский складной нож Swiss Army стали иконой дизайна бытовых предметов. Графические дизайнеры придумали шрифты Frutiger, Helvetica и Univers. Кстати говоря, шрифт Helvetica – это детище швейцарского дизайна. Этот шрифт до недавнего времени был «синонимом» типографики в дизайне. С помощью него печатали все – плакаты, афиши, надписи, вывески. Считалось, да и по сей день многими считается, что текст, напечатанный с помощью Helvetica «виден издалека» и максимально читабелен [1, с. 29]. Сейчас существует достаточно много аналогов данного шрифта. Один из наиболее популярных бесплатных аналогов Helvetica – это шрифт Work Sans. Дизайн в целом и промышленный дизайн в частности являются одними из крупнейших креативных индустрий стран. Слава швейцарских товаров не в последнюю очередь связана с тем, что в них удачно сочетаются передовые технологии и эстетика. Причем это касается как предметов ежедневного спроса, так и промышленных товаров. В 2017 году престижную международную награду в области дизайна Red Dot Award получило множество швейцарских предприятий. Среди победивших проектов, например, значится последняя модель кофеварки Nespresso, а также станок для зачистки проводов компании Komax из Люцерна. В категории «Дизайн продукции» Швейцария уже 25 лет подряд занимает второе после Германии место, опережая США, Италию, Тайвань, Японию, Австрию и Швецию [2].

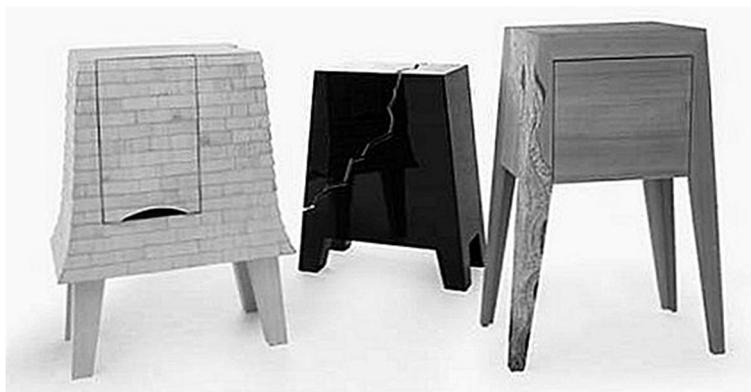
Сильные традиции и мощная дизайнерская школа привлекают в Швейцарию профессионалов со всего мира, реализующих здесь свои проекты – в сотрудничестве с кем-то или в одиночку. В частности, уже несколько лет подряд одним из победителей Red Dot Award становится россиянин Константин Еременко, чьи победы записывают в копилку швейцарских достижений. В 2017 году была отмечена созданная им упаковка для продукции швейцарской косметической компании Biotrisse [4]. В 2015 и 2016-м – визуальная продукция (постеры и книги) для Базельской школы дизайна. Еременко даже открыл в Базеле филиал своего московского агентства Eremenko Visual Communication, которое позволяет ему проще взаимодействовать с европейскими клиентами.

Разработка дизайна продукта в Швейцарии позволяет использовать маркировку Swiss Made – точнее, его специальную формулировку Designed in Switzerland. Иностранцы часто прибегают к этому шагу, потому что хотят, чтобы их товары и услуги ассоциировались с брендом «Сделано в Швейцарии». Работающие в Швейцарии российские компании подтвердили нам, что этот бренд приводит к повышению репутации самой компании. Например, Олег Шаронов, генеральный директор производителя дронов для сельского хозяйства и других индустрий Fly&Film, говорит следующее: «Для стартапа, еще не успев-

шего создать себе репутацию на рынке, бренд Made In Switzerland может стать катализатором бизнеса» [2].

Практика и выставки, соответствующее общественное признание своего труда – квинтэссенция деятельности дизайнера или архитектора. Швейцарские художники-проектировщики, представленные далее, известны благодаря правильно организованной государственной политике в области дизайн-образования и своему таланту и труду.

Компания POUR LES ALPES была основана в 2007 году дизайнерами Тиной Стигер и Анниной Гьявилер. Основанная в Цюрихе, пара работает вместе над кустарными проектами, фокусирующимися на сотрудничестве с ремесленниками и вдохновленными их традиционными приемами и уникальными знаниями. Благодаря этим совместным действиям, POUR LES ALPES создают объекты, которые сочетают в себе ремесло с современным дизайном, чтобы предлагать новые перспективы. В этом духе ключевыми элементами их проектов являются использование высококачественных, устойчивых и региональных материалов, таких как швейцарская сосна. Их удостоенная наград мебельная серия ECHOS (2008) демонстрирует эти ценности и является данью альпийской культуре; три набора выдвигаемых ящиков были созданы в сотрудничестве с пятью швейцарскими мастерами-ремесленниками, использующими технологии изготовления черепицы, резьбы по дереву и кружева. Каждая часть имеет уникальное имя, «Ehrfurcht» (почитание), «Neugierge» (любопытство) и «Sehnsucht» (желание), которое описывает личную точку зрения альпийского окружения (Рис. 1). Три ремесленные техники, все еще присутствующие в швейцарском альпийском регионе, использовались для создания трех разных сундуков: гонт, резьба по дереву и кружево [4].



**Рисунок 1. Мебельная серия ECHOS (2008). Авт. - POUR LES ALPES**

Дизайнер Мориц Шмид создал свою собственную студию в Цюрихе в 2008 году, после четырех лет работы в качестве дизайнера и руководителя проекта в студии Альфредо Хэберли. Он работает по нескольким дизайнерским дисциплинам, таким как мебель, посуда и выставочный дизайн для клиентов, включая Atelier Pfister, галерею современного дизайна Helmrinderknecht, Kvadrat, Музей дизайна Цюрих и Röthlisberger. В 2013 году он был награжден Design Preis Schweiz и швейцарской федеральной наградой за его серийный шельф «Etagé» (2012). (Рис. 2).



**Рисунок 2. Мебель «Etagé» (2012). Авт. - Мориц Шмид**

Производство из дуба, прута и дерева *agura vermelho*, «Etagé» (предназначено для Röthlisberger) – это рассмотрение открытых и закрытых режимов в мебели, причем одна часть всегда открыта, а другая закрыта. Скрытая полка также обнаруживается путем поднятия или опускания тонкой обертывающей оболочки.

ZMIK – многопрофильная студия дизайна, в которую в настоящее время входят шесть членов: Рольф Индермюле и Маттиас Мор, Корнелия Винзенс, Хайке Элерс, Филипп Штруб и Петра Эггенбергер. Группа дизайнеров и архитекторов также работает с широкой сетью специалистов для разработки и реализации своих проектов. С 2006 года они работали над проектами для многочисленных культурных учреждений,

частных предприятий, выставок и брендов, уделяя особое внимание созданию коммуникативных пространств с их собственной идентичностью [3]. Их практика сочетает в себе множество дизайнерских дисциплин, включая дизайн интерьера, сценографию, архитектуру и дизайн продукта. Уникальные, смелые и пространственные среды ZMIK, такие как Центр освещения Regent, Цюрих (2013), место для приобретения знаний и опыта в освещении, а также инновационная люстра «Kroon» (предназначенная для Mooodi, Рис. 3) (2013) демонстрируют способность студии объединить свои индивидуальные таланты и работать на разных платформах, создавая сложные и экспериментальные дизайнерские решения.



**Рисунок 3. Трансформируемые по форме и объёму люстры «Kroon».**  
**Авт. - ZMIK**

Жак Херцог и Пьер де Мейрон основали свой офис в Базеле в 1978 году. Herzog & de Meuron – это партнерство, возглавляемое пятью старшими партнерами: Жаком Херцогом, Пьером де Мейроном, Кристин Бинсвангер, Асканом Мергенталером и Стефаном Марбахом. Партнерство выросло за эти годы – Кристина Бинсвангер присоединилась к практике в качестве партнера в 1994 году, за которой последовали Роберт Хёсл и Аскан Мергенталер в 2004 году, Стефан Марбах в 2006 году, Эстер Цумстег в 2009 году, Андреас Фрис в 2011 году, Владимир Пайкич в 2012 году, Джейсон Францен, Wim Walschap в 2014 году и Майкла Фишера в 2016 году [5]. Международная команда из 40 партнеров и 380 сотрудников работает над проектами в Европе, Америке и Азии. Главный офис фирмы находится в Базеле с дополнительными

офисами в Гамбурге, Лондоне, Мадриде, Нью-Йорке и Гонконге. Их проекты варьируются от небольших частных домов до крупномасштабных городских проектов, хотя Herzog & de Meuron получили особое признание за их высоко узнаваемые общественные объекты, такие как музеи и стадионы. Их дизайн 2011 года для Летнего павильона «Serpentine Gallery» в Лондоне ознаменовал двенадцатый вклад в Кенсингтонские сады. Для этого проекта Херцог и де Мерон сотрудничали с художником Ай Вейвэй, чтобы создать археологический павильон, основанный на идее памяти. Принимая посетителей под лужайкой Серпентина, чтобы исследовать останки предыдущих павильонов, она была сформирована из двенадцати колонн, одиннадцать, чтобы охарактеризовать каждый прошлый павильон, и один, чтобы представлять и поддерживать существующую структуру с ее плавающей крышей платформы. Большой успех имел разработанный ими проект галереи Тейт Модерн в Лондоне (2000), принёсший им Притцкеровскую премию [3]. Дизайн-бюро участвовало в конкурсе на разработку концепции Газпром-Сити в Санкт-Петербурге. Их последний крупный проект – Пекинский национальный стадион.

В 2019 г. как в Гамбурге было построено спроектированное компанией здание филармонии (Рис. 4, 5). Оно работает и радует жителей и гостей этого немецкого города.



**Рисунок 4. Здание филармонии в Гамбурге. Фасад.  
Авт. - Herzog & de Meuron**

С волнистыми линиями, зеркальными фасадами, фантастической подсветкой в ритме музыки этот комплекс – один из самых фешенебельных и удивительных концертных залов мира. Бюджет проекта составил более 800 млн евро [3].



**Рисунок 5. Здание филармонии в Гамбурге. Интерьер.  
Авт. - Herzog & de Meuron**

Дизайнерский коллектив Postfossil создает и производит объекты для дома, сосредотачиваясь на проблемах ресурсов и эпохи после ископаемых. Их мантра, «работающая через границы», распространяется по всем их проектам с использованием экологически чистых и возобновляемых источников, хотя они считают, что «Ископаемые» стоят не только для источников энергии, но и для моделей социального поведения. Это триггер для многих из их проектов, таких как стенд «Обувь, книги и велосипед», часть спортивной мебели, посвященная экологическому характеру и растущей популярности езды на велосипеде.

По сути, работа Postfossil основана на трех ключевых факторах: первая – это исследование материалов, основанное на технологическом будущем. Второе – производство: Postfossil самостоятельно производит все свои работы, позволяя им сохранять дизайн и управлять производством и распространением своих проектов. Третий фактор связан с пользователем и передает философию Postfossil. Они достигают этого благодаря своим проектам, общественному дискурсу и семинарам [2]. В POSTFOSSIL коллекции стремятся к долголетию и экологичности, а так же нетрадиционности. Применение предметов для дома определяется в новый путь; они участвуют в повседневной жизни и требуют думать о повседневных действиях. Вкратце: объекты по POSTFOSSIL требуют от пользователя активно взаимодействовать с ними. В результате подобного отношения – это первый шаг в ответственное обращение с ресурсами (Рис. 6).



**Рисунок 6. Шкаф. Авт.- POSTFOSSIL**

Kevin Fries и Jakob Zumbühl сотрудничают с тех пор, как они учились в Цюрихском университете искусств, и с 2003 года являются партнерами в разработке и реализации многочисленных дизайнерских проектов. Их успех в дизайне исходит из того, что они объединяют различные способы мышления каждого дизайнера и работающих в сочетании с их взаимными интересами и проектами. Пара также считает, что дизайн мебели является самой возвышенной формой дизайна, позволяющей им как промышленным дизайнерам максимально приближаться к художественной деятельности [5]. Таким образом, они создают новые объекты с их собственными идентификаторами, отвечающими как функциональным, так и скульптурным требованиям пользователя. Это встречается в их дизайнах мебели, таких как стулья и кушетки «Link», которые выиграли престижную награду Red Dot Product Award в 2012 году. Их функциональный и юмористический дизайн «Ошибка», подставка для небольшого кошелька (для дизайна MOX) также выиграла интерьер Премия за инновации в 2013 году. Компания Fries & Zumbühl также получила награды за свой полочный модуль «Тетрис» (Рис. 7) и крючок для одежды Näkeln. Помимо этого, «Любимая» и «Тетрис» также были отмечены премией Reddot Design Award. Красную точку получили и лампы серии Waldhaus. (Рис. 8).



**Рисунок 7. Полочный модуль «Тетрис». Авт.- Fries & Zumbühl**



***Рисунок 8. Лампы серии Waldhaus. Авт.- Fries & Zumbühl***

Jakob Zumbühl так охарактеризовал основные критерии совместной с Kevin Fries работы: «Мы хотим создавать продукты с собственной индивидуальностью и характером, которые могут быть реализованы с большим количеством смыслов, и вместе с тем предлагать большую ценность. Мы создаем новые и независимые вещи, которые отличаются от других продуктов своей функцией, выражением и эмоциями. Мысли и замыслы во всех трех измерениях приводят нас к самым разным подходам. Проектно-ориентированное знание строительства в новых

тематических областях, использование материалов и их характеристики, любопытство в отношении технологий и производственных процессов интересует и очаровывает нас снова и снова. То, что пользователю нравится созданный нами продукт, по-прежнему является нашим самым большим одобрением и мотивацией» [5].

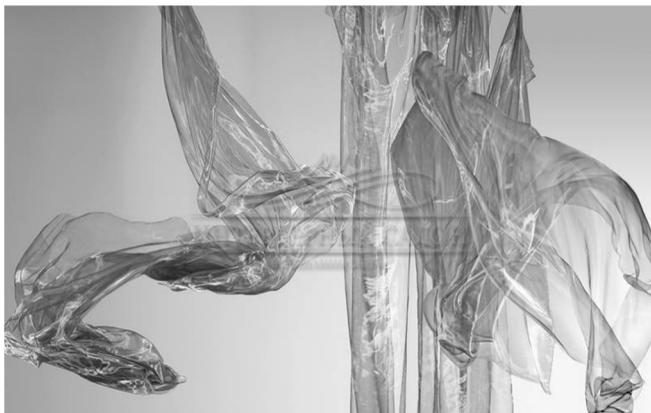
Молодой, междисциплинарный дизайнер Николя Ле Моigne создает работы по освещению, мебели и дизайну продуктов, которые являются празднованием сопоставления. Его проекты одновременно деликатные, органичные, надежные и индустриальные, сохраняя при этом истинное чувство изощренности. Его использование форм и процессов противоположных материалов позволяет контрастам объединиться в создании произведений, которые выступают в качестве элегантного контрапункта современной переработанной культуры дизайна. Этот инновационный и ловкий подход привлек Ле Моigne к вниманию международных дизайнерских галерей и производителей, в том числе Atelier Pfister и Eternit. Сотрудничество с последним, компанией по производству волокнистого цемента, привело к созданию конструкций Trash Cubes (Рис. 9); серия табуретов использует оставшийся цемент и волокна и рассчитана на самую основную форму при использовании максимального количества отходов [2]. Каждая деталь по своей сути уникальна, в зависимости от того, как отброшенный исходный материал оседает, когда он конденсируется и валяется в форме.



**Рисунок 9. Сиденье серию Trash Cubes. Авт.- Le Moigne**

Текстильная дизайнерская и производственная компания Jakob Schlaepfer была основана в Санкт-Галлене в 1904 году как вышивальный

бизнес. В настоящее время глобально успешная компания разрабатывает и производит около 3000 типов текстильных изделий, характеризующихся их новаторством и динамичностью, и поставляет их в модель моды haute couture и prêt-à-porter, такие как Chanel, Vivienne Westwood и Louis Vuitton. В 2008 году Jakob Schlaepfer также запустил коллекцию предметов интерьера Décor, которая включает в себя занавески, обои и настенные покрытия, созданные с использованием сочетания промышленных и современных технологий и технологий ручной работы [3]. Schlaepfer был награжден престижной премией Red Dot Design Award и премией Design Preis Schweiz в 2011 году за новаторскую, инновационную ткань Phantom (Рис. 10), переливающийся высокотехнологичный материал из бронзовых, алюминиевых и медных волокон. Взвешивая всего 10 граммов на квадратный метр, это самая легкая ткань в мире.



**Рисунок 10. Ткань Phantom. Авт.- Jakob Schlaepfer**

Adrien Rovero работает через мебель, освещение и дизайн выставки. Выпускник ECAL / University of Art and Design Lausanne с магистром промышленного дизайна, он открыл свою собственную студию в Ренне в 2006 году. Rovero создает работы для высококлассных дизайнерских брендов, таких как Hermes (Франция), Pfister (Швейцария), Droog Design (Голландия), Campaggi (Италия), Нану (Швейцария), Тектона (Франция) и Cristallerie Saint-Louis (Франция). Его проекты также представлены в международных галереях, и он имеет несколько коллекций постоянных музеев. Вдохновленный его личными наблюдениями за потребностями своего окружения, его изобретательные конструкции являются неподражаемыми и эффективными благодаря его эффективному использованию форм, материалов и функций [5]. Конструкция «Сберегающая Грейс»

(для Droog) (Рис. 11), серия ламп, спроектированных специально для энергосберегающих лампочек, использует различное качество света, обеспечиваемого технологией, сформированное для рассеивания света определенными способами.



**Рисунок 11. Конструкция «Сберегающая Грейс».**  
**Авт.- Adrien Rovero**

Подводя итог, можно сделать следующее заключение. Функциональность и универсальность – главные основополагающие Швейцарского дизайна. Умение и желание работать с новыми технологиями позволяет создавать революционные по концепциям и форме объекты как в сфере промышленной индустрии, так и в архитектуре. А государственная поддержка в сфере художественно-промышленного образования позволяет не только воспитывать и культивировать высокий уровень эстетики в общественном сознании, но и завоевывать международное признание в области дизайна и архитектуры. Как следствие – дальнейшее развитие экономики страны и возможность привлекать новых талантливых авторов будущих проектов. Лишь немногие направления в искусстве сохраняют свой успех по истечении времени. Один дизайнерский стиль может пользоваться огромной популярностью на протяжении длительного периода времени, как например Швейцарский дизайн, но затем появляется что-то по типу Постмодернизма и полностью меняет представление об искусстве и дизайне с ног на голову. Тем не менее, слаженная образовательная дизайн-система, созданная в этой стране, а именно её основополагающий критерий – 50% обучения и 50 %

одновременной практики, позволят и в будущем, как показывает международный опыт, совершенствовать и развивать технологии и художественные формы проектируемых объектов различного назначения.

### **Список литературы:**

1. Вашук О.А. Швейцарская школа графического дизайна. Санкт-Петербург : СПГУТД, 2013.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.architonic.com/en/microsite/postfossil/3103572> (дата обращения: 01. 02. 2021).
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.deco-textile.ru/brand/Jakob\\_Schlaepfer](http://www.deco-textile.ru/brand/Jakob_Schlaepfer) (дата обращения: 31. 01. 2021).
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL <https://archspeech.com/article/ozhidanie-vs-real-nost-naskol-ko-pravdivy-rendery-herzog-de-meuron> (дата обращения: 01. 02. 2021).
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.s-ge.com/ru/article/poslednie-novosti/plody-tvorcestva-kak-v-sveicarii-razvivautsa-kreativnye-industrii> (дата обращения: 31. 01. 2021).

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА АВСТРИИ

**Горелов Михаил Вячеславович**

канд. искусствоведения, доцент,  
Московская Государственная  
художественно-промышленная  
академия им. С.Г. Строганова,  
РФ, г. Москва

**Алиева Рена Интизар кызы**

доцент  
Московская Государственная  
художественно-промышленная  
академия им. С.Г. Строганова,  
РФ, г. Москва

## MODERN DESIGN TRENDS IN AUSTRIA

**Michael Gorelov**

Candidate of Art History,  
Moscow State Art and  
Industry Academy S.G. Stroganov,  
Russia, Moscow

**Rena Alieva**

Senior lecturer,  
Moscow State Art and  
Industry Academy S.G. Stroganov,  
Russia, Moscow

**Аннотация.** В приведенной статье рассматривается факт интеграции австрийского дизайна в общеевропейскую экономическую сферу. В этой связи интерес вызывают не только индивидуальные авторские методы проектирования промышленных изделий, их социокультурная роль в деле воспитания эстетического уровня в обществе и экологичность, без которой современный дизайн вообще не мыслим. Интерес вызывает тот факт, что целая плеяда молодых дизайнеров стремится апробировать

свои знания и умения в разных отраслях художественно-промышленного проектирования, не акцентируясь на какой-либо отдельной, узкопрофильной специализации (мебель, текстиль, керамика, системы освещения и т.д.). Отдельного внимания заслуживает повсеместно внедряемая практика изучения новейших технологий производства промышленных изделий.

**Abstract.** This article examines the fact of the integration of Austrian design in the pan-European economic sphere. In this regard, the interest is not only the individual author's methods of designing industrial products, their socio-cultural role in educating the aesthetic level in society and environmental friendliness, without which modern design is not conceivable at all. Of interest is the fact that a whole galaxy of young designers seeks to test their knowledge and skills in various branches of art and industrial design, without focusing on any separate, narrow-profile specialization (furniture, textiles, ceramics, lighting systems, etc.). Special attention should be paid to the universally implemented practice of studying the latest technologies for the production of industrial products.

**Ключевые слова:** австрийский дизайн; инновационные технологии; световая среда города; малая архитектурная форма.

**Keywords:** Austrian design; innovative technologies; light environment of the city; small architectural form.

Когда разговор заходит о современном дизайне, то легко представить, к примеру, что такое дизайн «голландский», или «японский», или собирательный образ «скандинавского дизайна». С австрийским дизайном все не так просто, более того, многие люди вообще не знают, как это может выглядеть. Известно, что национальные бренды в дизайне, с одной стороны, могут легко привести к кавалькаде пустых клише, но с другой – нельзя не согласиться, что зачастую именно такая классификация бывает успешной, пусть и несовершенной. Национальные бренды законны и неизбежны, к тому же они поощряют разнообразие в мировом масштабе. Не зря считается, что фирменный национальный проект строится не на создании стиля, а на создании истории. Кажется, австрийскому дизайну как раз не хватает четко сформулированной истории, и это вдвойне удивительно, учитывая богатство австрийского дизайнерского наследия.

Возможно, австрийцам не нужно напоминать о Вагнере, Гофмане, Лоосе и Венских мастерских. Австрийцы хорошо знакомы и с великолепием Габсбургов, и с наследием Lobmeyr и Thonet, с блеском Kiesler. Однако до сих пор в Австрии мало известны увлекательные работы

Германа Чеха, Карла Обёка и Виктора Папанека, да и многих других. Хотя большая часть этого наследия изучается в художественных школах по всему миру, демонстрируется в музеях и перепечатывается в альбомах, но эти имена до сих остаются незамеченными и Австрия не спешит называть их австрийцами. Кроме того, это историческое наследие не привязывается к сегодняшнему дню.

Нельзя утверждать, что австрийские дизайнеры должны следовать формальному историческому курсу – современные австрийские дизайнеры кажутся смелой и независимой группой, и это следует поощрять. Тем не менее нельзя не ощутить определенный «австрийский флер» в их разнообразных работах. К примеру, технико-антропологический подход в работах студии EOOS черпает вдохновение в народной традиции, но четко привязывается к современности. В работах таких исторических фабрик, как Lobmeyr и Wittmann, прослеживаются обнадёживающие, пусть и несколько консервативные попытки преодолеть прошлое и настоящее и перевыпустить австрийскую классику наряду с созданием новых образцов. Существует мнение, что австрийский дизайн в первую очередь ценится за качество и мастерство исполнения, а предметы, выходящие из австрийских мастерских, настолько прочны, что выдержат длительную эксплуатацию [5]. Все это прекрасные и похвальные качества, но они, увы, не показывают самобытное лицо австрийского дизайна.

Современная Австрия – это страна дизайна, являющаяся в последние годы одним из ключевых игроков индустрии. Современные австрийские дизайнеры зарекомендовали себя как независимая группа, которая в своем творчестве не только основывается на народной традиции, но и следует современным мировым трендам.

Однако в разнообразии их работ вы всегда сможете ощутить определенный австрийский дух. Австрийский дизайн становится все более и более успешным на международном уровне благодаря таланту и изобретательности самих дизайнеров, мастерству исполнения компаний-производителей и следованию техническому прогрессу. Австрийские дизайнеры не сосредоточиваются только на местном рынке, но активно развиваются и за пределами своей страны.

Австрийский дизайн сохраняет и в то же время пытается аккуратно трансформировать классические принципы дизайна, создавая не только концептуальные продукты, но и сервисы и системы, которые могут быть легко адаптированы в общественной среде. Основанные прежде всего в Вене, эти сообщества дизайнеров и студий, о которых речь пойдет ниже в этом материале, представляют собой сплав классического мастерства

и инноваций в процветающей, многогранной дизайнерской сцене Австрии.

Следует сразу подчеркнуть, что не все авторы проектов, рассматриваемые в статье, являются гражданами этой страны. Их творчество пронизано своеобразным синтезом различных культур и стилистических течений, что логически усиливает этим обстоятельством интернациональный характер проектных работ.

Veronika Persché работает в качестве внештатного текстильного дизайнера с 1999 года. В своем венском трикотажном цехе она создает яркие ткани и трехмерные тканевые структуры для клиентов в Австрии и за рубежом; ее продукция пользуется большим спросом по нескольким проектам, особенно в индустрии моды. С помощью компьютерной трикотажной машины Persché создает ряд органических и богатых орнаментом тканей из инновационной комбинации материалов. Ее оригинальный подход к дизайну «вязания» имеет сильное графическое чувство, а ее повторяющиеся рисунки имеют сильное сходство с рисунками голландского художника М.С. Эшера. Вдохновленная его творческими образами, практика Перше сочетает в себе точные дизайнерские навыки с традиционным ремеслом и основными элементами театрального представления, в результате чего появилось огромное количество уникальных работ [1, с. 26].

Дизайнер Райнер Мутч специализируется на мебели, изделии и промышленном дизайне. Ранее работавший в студии дизайна Вернера Ансслингера в Берлине, он в 2006 году создал студию под своим именем в Вене. Его деятельность связана с созданием независимых проектов и проектов для международных клиентов; среди них садово-парковый бренд ETERNIT, для которого он создал модульную уличную мебель Dune, в переводе – «дюна» (2010). Действительно, в собранном виде комплекс сидений напоминает ландшафт. По мнению дизайнера, именно такая форма сидений позволяет человеку расположиться наиболее удобным образом [2, с. 38]. Сформированный из шести элементов, каждый модульный участок Dune был 3D-моделирован из одной полностью 100%-ной перерабатываемой панели из целлюлозного волокнистого цемента ETERNIT. (Рис. 1). Поскольку данный цемент успешно применяют для отделки крыш и фасадов, сиденья также можно использовать на открытом воздухе. Эта модульная и трансформируемая система позволяет пользователю адаптировать положения мест к их потребностям и индивидуальному вкусу. Проект Райнера Мутча был награжден премией «Зеленый хороший дизайн» (2011), премией «Хороший дизайн» (2010) и премией Red Dot Design Award (2009) [1, с. 27].



**Рисунок 1. Уличная мебель Dune. Авт. - Райнер Мутч**

Любовь Р. Мутча к урбанизму и минимализму воплотилась в новой модели часов Rado True Stratum. В качестве материала корпуса и браслета дизайнер выбрал черную матовую керамику, устойчивую к любым температурам и царапинам. С помощью вогнутой формы циферблата со ступенчатой конструкцией поверхности и куполообразного сапфирового стекла Райнер добился 3D-эффекта, который так полюбился современным архитекторам. Для производителя Molto Luce дизайнер создал интересную серию светильников (Рис. 2).



**Рисунок 2. Светильники для Molto Luce . Авт. - Райнер Мутч**

Самое примечательное то, что все светильники выполнены из такого материала как бетон, который в последнее время пользуется огромной популярностью, как для отделочных работ, так и для создания интерьера. Каждый светильник Rainer Mutsch изготавливает вручную из мягкого бетона, и постепенно, кропотливо доводится мастером до нужной минимальной толщины готового изделия. В результате проведенной мастером

работы получается красивая, изящная и стильная настольная лампа или подвесной светильник. Материал, из которого выполнены светильники, очень прочен и не воспламеняется, что является существенным плюсом перед светильниками, изготовленными из пластмассы, полимерных или текстильных материалов. Это очень практично, потому как рельефные бетонные светильники могут прослужить намного дольше светильников из традиционных материалов, которые применяются в быту. Отдельно можно сказать про цветовое решение, которое дизайнер использовал. Цвет готовых изделий – белый, что очень удобно и практично, так как он прекрасно сочетается со всеми цветами и оттенками. Рельефные светильники сочетают в себе очень необычные свойства, это изобретение одновременно и каменно-прочное, и рельефно-гладкое, бетон обычно относят к тяжелым и холодным материалам, и в то же время светильники наполняют помещение легким теплым светом, что само по себе противоречиво, но в то же время гениально [2, с. 43].

Интересно проектное решение ночного освещения центра Вены, выполненное им в соавторстве с Робертом Каррером. Основным композиционным решением мыслится стратегия светового пространства улицы Рингштрассе, которая является одной из самых уважаемых и репрезентативных улиц в истории столицы Австрии (в 2014 году улице «исполнилось» 150 лет). Окружающая архитектурная застройка характеризуется стилевым плюрализмом. Здесь и помпезный дворец кайзера Франца Иосифа (1857 г., в стиле *необарокко*), Венская городская опера, ратуша и Венский университет (*неоренессанс*), Венская биржа, Музей прикладного искусства и церковь *Votivkirche* (*неоготика*), Музей истории искусств и естествознания (*неоренессанс*). Разрабатывая концепцию рождественского украшения улицы, Райнер Мутч и Роберт Каррер сознательно отказались от традиционных, иногда граничащих с «китчем», приемов городской иллюминации [2, с. 45]. Осуществив весьма сдержанное, но эффектное решение, дизайнеры как бы «перекинули мост» между историческими традициями и современностью, создав своеобразный воздушный туннель, ограниченный сверху тонкими светящимися арками (Рис. 3). Достаточно филигранная форма 72 светящихся дуг («*light gates*»), нависающих над дорожным покрытием, практически не мешает восприятию фасадов исторических зданий. Яркость светодиодных модулей такова, что не оказывает визуального дискомфорта на водителей автомобилей.



***Рисунок 3. Рождественское освещение ул. Рингштрассе.  
Авт. - Райнер Мутч, Роберт Каррер***

Инсталляция придала Рингштрассе дополнительный шарм, привлекая еще большее, чем обычно, количество гуляющих в вечерние часы горожан и многочисленных туристов. А это опосредовано позитивно влияет на объем сбыта товаров в многочисленных магазинах. С маркетинговой точки зрения – это еще одно доказательство того факта, что дизайн является прямым и косвенным монитором развития экономики. С художественной точки зрения, это доказательство того, что синтез света и формы связаны с «врастанием» источников искусственного света в материальные формы предметного мира и с дальнейшим развитием технологий его художественного освоения. Искусственный свет ночью может быть понят в двух аспектах: во-первых, как изгнание тьмы и преобразования ночи в день; во-вторых, как управление тьмой и создание зрелищ. Эти две функции искусственного света исторически эволюционировали.

В XXI веке большинство светильников в городах мира используют светодиодные лампы и цифровые системы управления, расширяющие возможности управления освещением и экономии энергии в общественных пространствах. Светодиодная технология позволяет затемнять и создавать различные световые сцены для использования в течение всего годового цикла. Освещение может быть запрограммировано с учетом местных факторов окружающей среды, включая снижение уровней освещения в периоды низкой активности человека.

В настоящее время власти мегаполисов финансируют новые световые произведения вместо дневных скульптур, настенных росписей

и других традиционных предметов искусства. Муниципалитет Вены профинансировал данный проект суммой в 500 тысяч евро [1, с. 20].

Создание ночного освещения в общественных пространствах требует чувствительных художественных манипуляций со светом. Интерпретации пространств разрабатываются с точки зрения форм, атмосферы, деталей и связей. Характеристики света такие как цвет, контраст и степень насыщенности организуются для ориентации, повествований во времени, субъективных восприятий и общего удовлетворения. Эмоциональные переходы между городами всегда определялись и обогащались тонкими играми света, тени, цвета и тьмы.

Дизайнер Валентин Водев учился в Университете прикладных искусств в Вене (промышленный дизайн) и Королевском колледже искусств (RCA) в Лондоне, специализируясь на дизайнерских продуктах. Его студия работает в сфере транспорта, мебели, освещения и дизайна интерьера с обширной международной клиентской базой, в том числе водки Absolut, Varican Art Center, Mothercare и Tetra Pak. Водев также работал с британско-израильским дизайнером Рон Арадом на своей гастрольной выставке Restless. [5]. Проекты Vodev включают в себя велосипед Vienna Bike, универсальный трехцикл с электрическим приводом, производимый при поддержке Impulse/AWS и запущенный на лондонском эко-ралли (2011). Компактный механизм с магнитом позволяет легко складывать велосипед круговым движением ноги. Разработчикам удалось избавиться от раздражающих петель, скрепляющих части рамы. Этот байк так же легко транспортировать, как и ездить на нем по загруженным городским улицам. Интегрированные передний и задний фонари, крылья и 20-дюймовые колеса прекрасно завершают образ идеального складного коммутера. (Рис. 4). Велосипед может похвастаться инновационной системой рулевого управления и подвески и предназначен для перевозки до 40 кг грузов; идея, стоящая за ней, соответствует философии Водева о преобразовании дизайнера в продукты, которые определяют новые функции и формы. Действительно, как он утверждает, «дизайн – это коктейль логики», который можно использовать где угодно [1, с. 68].



**Рисунок 4. Велосипед Vienna Bike. Авт. - Валентин Водев**

Томас Фейхтнер начал свою карьеру, спроектировав промышленные товары и продукты для австрийской промышленности. Сегодня, в своей собственной студии в Вене, он фокусируется на экспериментальных и художественных подходах к дизайну. Всегда наблюдая за более независимым подходом к дизайну от глобализации и массового производства, Фейхтнер принимал участие в совместных и внештатных проектах для нескольких традиционных мастеров, а также дизайнерских компаний Vitra и FSB. Он был удостоен многочисленных международных дизайнерских наград, таких как Награда за дизайн Федеративной Республики Германии, Премия Европейского дизайна, Премия имени Иосифа Биндера и Государственная премия Австрии за дизайн (2011 год). Помимо своей собственной практики, Фейхтнер также работал дизайнером продуктов и визуальных коммуникаций для международных клиентов, включая Tyrolia, Fischer, Swarovski Optik и Adidas Eyewear. Его работы можно найти в различных международных коллекциях дизайна [3, с. 13].

В рамках австрийской дизайнерской выставки Austrian Design Pioneers, проходившей в итальянском мегаполисе – Милане – в апреле 2015 года, общественности впервые был представлен необычный

карбонный стул. Т. Фейхтнер создал этот образец путём укладки листов из плетёного углеродного волокна на креативную форму и покрытия их эпоксидной смолой. Таким образом, эластичные и гибкие пластины после нанесения на заготовку затвердевают и превращаются в цельный продукт с облегчённой конструкцией и оригинальным внешним обликом (Рис. 5).

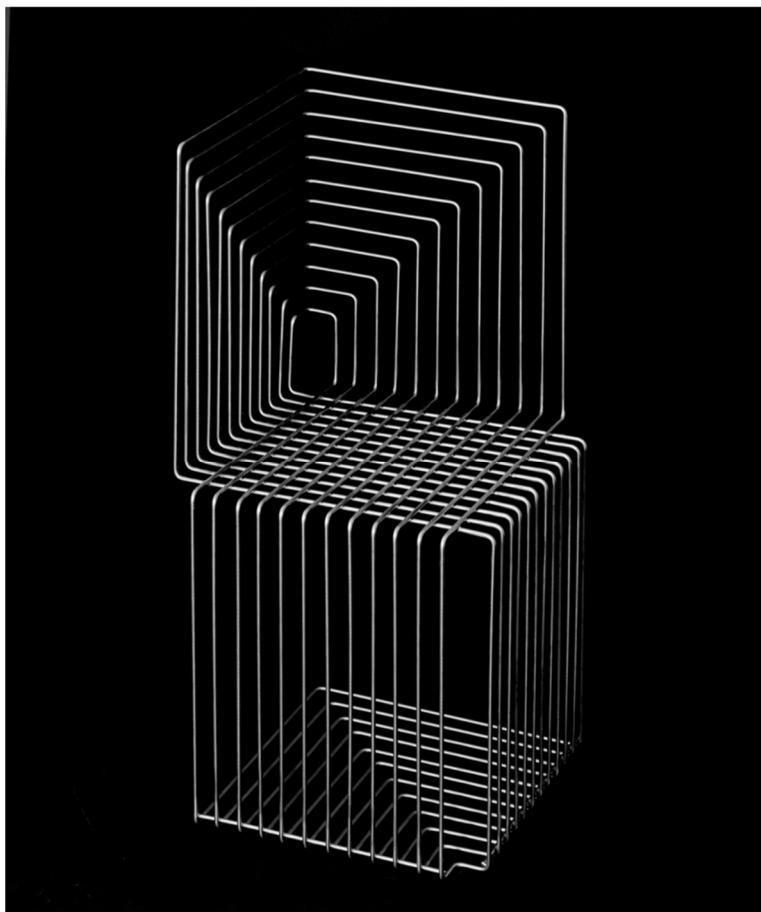


*Рисунок 5. Кресло. Авт. - Томас Фейхтнер*

Мастер собственноручно сформировал три вогнутые ножки мебельного гарнитура, наклонное треугольное сиденье и двустороннюю спинку. Это потрясающее скульптурное изделие было изготовлено в ограниченном количестве, что привлекает к нему пристальное внимание и интерес покупателей. Уютное кресло имеет выразительную текстурную поверхность, которая прекрасно преображает его силуэт и делает карбонный материал приятным на ощупь, что позволит гостям и членам семьи наслаждаться отдыхом и спокойным времяпрепровождением в эстетичных и комфортных условиях.

В 2018 г. дизайнер, в сотрудничестве с группой мастеров создал стул из проволоки, используя технику, которая обычно используется для изготовления проволочных заборов. Название кресла – Octagon (Рис. 6). Он использовал форму консольного стула, стула, опирающегося на одну единственную ножку, в качестве отправной точки для своего дизайна. Он также хотел использовать методы сварки проволокой, которым он научился при производстве заборов в H + S Zauntechnik, которые, по его словам, напомнили ему тележку для покупок. Фейхтнер

адаптировал типологию традиционного консольного кресла, которое поддерживается единственной стальной трубой. Вместо этого он использовал 12 тонких проволок из нержавеющей стали, которые он связал вместе, чтобы поддерживать стул под углом 90 градусов. Любой угол конструкции объединяется, образуя спинку и сиденье стула, в то время как сиденье усилено перекрывающимися проволоками, которые были сварены вместе, чтобы сформировать сетчатый узор [5].



*Рисунок 6. Кресло Octagon. Авт. – Томас Фейхтнер*

«Это производит почти нереальное впечатление. Как трехмерный объект, он все еще выглядит двухмерным, как графический рисунок плоттера, выполненного пером на бумаге», – сказал он. Далее мастер продолжает мысль: «Ваши глаза сбивают с толку при поиске того, что находится спереди, а что на заднем плане. Параллельные провода почти создают эффект муара, перекрываясь» [5].

Студия Artisan ceramics, Feinedinge, была основана в 2005 году. Её основатель – Сандра Хейшбергер, выпускница Венского Университета прикладных искусств и бывший консультант венской архитектурной фирмы Embacher. В 2006 году керамист Сильви Зигль присоединился к студии, а затем, в 2011 году, в её состав вошел мастер по керамике Джудит Гейфинг. Их продукцию сначала отливают в гипсовые формы, а затем украшают посредством процесса переноса печати, либо вручную – как это видно по серии Moonstruck (Рис. 7), где каждый элемент был тщательно выполнен вручную. Их фарфор обладает истинным чувством индивидуальности, оказавшимся очень трогательным из-за их тонкого подхода и внимания к деталям. Работы Feinedinge также выделяются из обычной, изготовленной в промышленности керамики из-за незначительной неравномерности формы, цвета и декора, видимых в каждой уникальной детали [4, с. 31].



*Рисунок 7. Керамическая серия Moonstruck. Авт. – Feinedinge*

Дизайнер Нина Леветт. Ее смелые орнаменты выражают бескомпромиссные наблюдения общества и отношений, и применяются к ряду поверхностей или продуктов, таких как столовые приборы, посуда и посуда, для текстиля, подвижных обоев и фарфора. Высококачественные дизайнерские работы Levett отличаются использованием украшений; под влиянием традиции Wiener Werkstätte, она сочетает в себе старые помещения с современными идеями. Помимо самостоятельной работы, она создает иллюстративные установки для таких клиентов, как Blickfang, для которых она подготовила установку Believe Liar. Ее работы можно найти в Австрийском музее прикладного искусства в Вене, в музее Алесси в Милане, в художественных галереях и ярмарках по всей Европе, Азии и США [1, с. 72].

Венгерский художник по графике и иллюстрации Бена Краус создает образ жизни, моду, концептуальные, редакционные, рекламные, текстильные и поверхностные проекты. Хотя у нее есть множество интригующих интересов, основная часть ее работы связана с модой и природой, абстрактными паттернами и поверхностями. Она имеет более чем десятилетний опыт в области графического дизайна, работая в рекламных агентствах, брендах, издателях и журналах; ее обширная клиентская база включает в себя Swarovski, St Ives, Vossen, Triumph International, Elle, Vogue и Mercedes Magazin. Краус была включена в дизайнерскую публикацию «200 лучших иллюстраторов по всему миру» от Lürzer's Archive для ее иллюстрации «Природа», созданной для Naturgarten. Кроме того, как художник-постановщик, Краус демонстрирует свою продукцию во всем мире, демонстрируя свои проекты в Австралийской академии дизайна, Мельбурне (2007), Museums Quartier, Вена (2007) и в CAA Foto & Illustration Review. [1.С.64].

Ювелир и скульптор, Андреас Эберхартер, начал свою карьеру в качестве помощника нескольких известных художников и ювелиров. Он работает независимым дизайнером с 1992 года и основал свой собственный лейбл ANDi в 2001 году. Студия теперь создает «настоящие украшения для настоящих индивидуалистов» и пользуется большой популярностью. Eberharter был удостоен нескольких престижных дизайнерских наград, таких как Vienna Fashion Awards; Лучший конструктор аксессуаров (2010) и Лучший дизайнер брендинга (2012) и Mercur Innovation Award for Creativity (2011). Алюминиевый глазный паттерн ANDi – его самый узнаваемый и успешный дизайн на сегодняшний день, появившийся на шоу Thierry Mugler Men's Show 2009 и в видеоролике Lady Gaga для «Paparazzi». Благодаря этой рекламе глазной патч приобрел статус культового объекта, в то время как ювелирные украшения и аксессуары Eberharter стали «обязательными» моделями (Рис. 8). [5].



*Рисунок 8. Глазной патч. Авт. - Андреас Эберхартер*

Дизайнер использует новые и необычные материалы, такие как алюминий и акриловое стекло, а также кристаллы Сваровски и жемчуг или кубический цирконий. Работы Эберхартера привлекательны, насыщены, ясны и бескомпромиссны по дизайну. Компания продолжает активно развиваться и по сей день; регулярно открываются новые ателье и магазины. Активно выпускаются и новые коллекции; Эберхарт продолжает экспериментировать с новыми моделями аксессуаров.

Модельер Джулия Цепп работает под именем Mijat Rosa с 2001 года. Она изучала дизайн одежды в Университете прикладного искусства в Вене и выиграла премию Rondo / Nokia Fashion Award в 2004 году за выпускную коллекцию Angels. Ее инновационный подход к дизайну и дизайну одежды отражает взаимосвязь между реальной жизнью и ее утопическим видением; ее шоу – потрясающие выступления, часто сопровождаемые концептуальными альбомами. Но она также цитирует фотографию как важный аспект ее коллекций, позволяя ей поддерживать совместное видение как дизайнер и фотограф. Одной из главных тем в дизайнерских коллекциях Цепп, таких как les choses de la vie (A / W),

является образ женщин. Ее проекты направлены на то, чтобы представлять самоопределение, свободу действий, а также социальные барьеры, с которыми сталкиваются современные женщины; она особенно вдохновлена актрисами и персонажами, которых они играют [4, с. 85].

Подводя итог современным тенденциям и трендам развития дизайна в Австрии, следует сделать вывод: с одной стороны, проектировщики пытаются наладить контакт с потребителем путем создания ярких, неповторимых образов, основанных на авторском креативе. С другой – этот самый креатив базируется не просто на абсолютной и абстрактной художественной идее, на некоей концепции произведения, а на практической платформе, создаваемой с помощью инновационных технологий и попытках совместить в своем творчестве противоположные по текстуре и пластике материалы. Впрочем, это не "национальный" тренд Австрии, а метод, который сейчас популярен во всей центральной Европе и Скандинавии (искл. Финляндию, Германию, Францию и Италию с их более консервативными, устоявшимися взглядами на дизайн). Насколько этот метод будет востребован в третье десятилетие XXI века, покажет время.

Но, думается, с развитием и дальнейшим совершенствованием технологий, совмещённых с национальной стилистикой, ответственной за инициализацию продукта дизайна, он будет востребован. Нынешние европейские дизайнеры, в том числе австрийские, работают не только во Евросоюзной зоне, но и по Ближнему Востоку и Америке. И подобный культурный синтез, вполне возможно, отразится в работах многих авторов-проектировщиков, в том числе и австрийских.

### Список литературы:

1. Временный музей нового дизайна, апрель 2012 г. №3, Superstudio Group
2. Клантен Роберт, Свен Эманн, Андрей Купец, Шонкис Морено. Однажды на стуле, дизайн за пределами иконы, Die Gestalten Verlag, Берлин, Нью-Йорк, 2009.
3. Ноевер Питер, Шонкис Морено, Лилли Холлейн, Бернхард Э. Бурдек, Михаэль Хаузенблас. Томас Файхтнер, от края до края, MAK - Österreichisches Museum für angewandte Kunst / Gegenwartskunst , Birkhäuser Verlag , Базель-Бостон-Берлин, 2010.
4. Хаусли Лаура. Независимое руководство по дизайну, инновационные продукты нового поколения, 2009. Thames & Hudson Ltd, Лондон, Великобритания.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russianvienna.com/avstrijskaya-kultura/602-2012-03-06-15-42-03> (дата обращения: 30. 01. 2021).

## РАЗДЕЛ 2.

### ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

#### 2.1. ЖУРНАЛИСТИКА

##### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ СРЕДСТВ АРГУМЕНТАЦИИ ДИСКУРСА ГАЗЕТНОГО РЕКЛАМНОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ**

***Гавришева Анастасия Семеновна***

*студент,  
Ишимский педагогический институт  
им. П.П. Ершова, (филиал) ТюмГУ,  
РФ, г. Ишим*

***Планида Александра Андреевна***

*студент  
Ишимский педагогический институт  
им. П.П. Ершова, (филиал) ТюмГУ,  
РФ, г. Ишим*

**Аннотация.** В статье описывается эффективность средств дискурса газетного рекламного объявления.

**Ключевые слова:** дискурс; результативность; рекламное объявление.

Дискурс ГРО – продукт реализации в вербальной и невербальной форме аргументативной модели, которая создана адресантом. Результативность убеждения находится в зависимости от применения функций вербальных и невербальных компонентов аргументации. Адресат может видеть и воспринимать только «верхушку», вербальную / невербальную реализацию аргумента, и не имеет возможности сопоставить её с замыслом адресанта [3, с.94]. Например, реклама натяжных потолков магазина «Paris» в газете «Тюменская правда». В объявлении читаем: итальянские натяжные потолки для вашей квартиры по низким

ценам только у нас! Гарантия качества 12 месяцев! А внизу красивая иллюстрация квартиры с этими потолками, она непроизвольно привлекает внимание. Все компоненты эффективного газетного рекламного объявления комплексно воздействуют на аудиторию: они могут привлекать внимание внешними способами с помощью иллюстрации и заголовка, потом убеждают, закрепляются в памяти адресата и побуждают его к совершению действия [4, с. 704].

Показателем результативности рекламного объявления можно считать то, что адресат совершает покупку или соглашается на услугу, которую ему предлагают. То есть действие, задуманное адресантом, считается выполненным. Выделяют несколько взаимосвязанных между собой критерия эффективности объявления, это экономический и неэкономический (или по-другому социально-психологический) критерий. К неэкономическому критерию принято относить уровень психо-эмоционального воздействия на читателя, то есть привлечение внимания клиента. Сюда же можно отнести критерий доступности товара или услуги, привлечение внимания и их запоминаемость, отношение к моде и трендам. Это те самые показатели, которые ведут к повышению продаж [9, с. 142].

Французский философ Ф. Жюльен в своем трактате о эффективности писал, что эффективность невероятно трудная категория, ликвидирующая строгое принуждение и неподдающаяся моделированию. Нужно помнить о том, что лишняя риторичность дискурса способна привести к безусловно противоположному ожиданию от результата. «Избыток эффективности убивает эффективность» [12, с. 320].

Так как газетное рекламное объявление – это речевой жанр, то его результативность базируется на эффективности речи, которая в свою очередь зависит от реализации коммуникативных свойств. К данным качествам относят корректность, логичность, точность, выразительность, уместность, доступность, правильность. Коммуникативное намерение обязательно должно быть правильно интерпретировано планом читателя. В связи с этим осуществление указанных выше качеств должно быть подчиненно основному принципу коммуникативной целесообразности.

Остановимся немного на критерии правильности. Внимание адресата могут привлекать как интересные стороны рекламного объявления, так и ошибки. Банальные грамматические и пунктуационные ошибки в объявлении убеждают в абсолютной неэффективности, как объявления, так и самого товара или услуги. Например, объявление из газеты «Брянское время»: «Репитор физики для подготовки к ЕГЭ, педагогический стаж 5 лет». Это не ошибка в каком-то сложном слове, а простая орфографическая неграмотность. Или, например, объявление

в газете «Известия Воронежа»: «Салон штор «Miladelevi». Шторы в нашем магазине не только качественные, но и недорогие»

Исследования коммуникативных качеств ведутся главным образом в рамках культуры речи. Но эта наука «обеспечивает лишь удобопонятность речи, её теоретико-информационную помехоустойчивость, но ничего не говорит об отборе аргументации, и содержательной ценности речи, о речевом содержании как таковом», следовательно, поэтому исследование газетного рекламного объявления ведётся в рамках риторики.

Для достижения эффективности дискурса рекламы важно гармоничное объединение коммуникативных и прагматических целей. Коммуникативные цели реализуются в иллокутивном акте (понимание слушающим того, что хочет донести говорящий), прагматические – в перлокутивном (воздействии, вызывающее реакцию, побуждающее к последующему действию), Е. Н. Ширяев отмечает, что общение эффективно только в том случае, если «иллокуция соответствует перлокуции: адресант спрашивает – адресат может и хочет ответить, адресант информирует – адресат нуждается в информации и усваивает её и т. п.» [7, с. 452].

Аргументация – это способ рассуждения и убеждения, в процессе которого выдвигается некое положение в качестве доказанного тезиса. Тезис – положение, которое нужно аргументировать. Истинность рекламного тезиса доказывается с помощью системы аргументов.

Аргумент – это отдельное доказательство, входящее в систему доказательств, благодаря которым доказывается тезис. Остановимся на классификации рекламных аргументов, они делятся на две большие группы:

1. по способу воздействия;
2. по цели воздействия.

По способу воздействия выделяются логическая и эмоциональная аргументация.

Логическая, или по другому рациональная аргументация – рациональное обоснование выгоды приобретения товара (услуги).

В логической аргументации раскрываются внутренние признаки предметов и явлений, доказываются определенные положения. Этот тип речи опирается на логику, умозаключения и связан с содержательно-концептуальной информацией речи.

Построение аргументации может основываться не только на целом тексте, но и опираться на различные уровни языка: фонетический, лексический, синтаксический.

На фонетическом уровне для достижения желаемого эффекта в речевом воздействии могут использоваться даже особенности произнесения звуков речи. Может использоваться, например, старомосковская норма

произношения «ч» как «ш» в словах типа «булочная», и акцентированное «оканье», характерное для русских говоров, или разного рода графические выделения. Например: «Добро пожаловать в кафе «Преснушка»».

Лексика играет немаловажную роль в построении аргументации. Здесь используются возможности языкового манипулирования и имплицитной информации: в рекламе, как правило, предоставляется не информация о товаре, а его имидживые свойства, и предполагаемый восторженный результат от использования от применения, при всем этом главный массив информации будет идти в подтексте [1, с. 345]. Например: «Шампуни с протеином и кератином в составе укрепят ваши волосы всего за месяц! А в нашем магазине в наличии средства для ухода за волосами от мировых производителей и по очень низкой цене!» На уровне синтаксиса важно сказать об аргументивном воздействии. Здесь же важнейшую роль играет использование вводных конструкций (комментирующих ситуаций); противопоставление и сопоставление; использование разного рода подчинительных связей (причинно-следственной, условной, временной); вопросы и восклицания, прямая речь, например: «Оформили страховку перед отпуском? В добрый путь» (страховая компания «ВоенСтрах»). Вполне хорошим является использование диалога в газетном рекламном объявлении, это дает большие преимущества, такие как:

- диалог в ситуации использования товара показывает потребителя в реальных условиях;
- посредством диалога можно более доступно и правдоподобно развить аргументацию.

Еще один из видов – это аргументы, находящиеся в разных местах рекламного объявления, они делятся на 3 вида:

1. Ключевой аргумент, обычно он находится в самом заголовке;
2. Доказывающий аргумент, он обычно находится в основном тексте;
3. Обобщающий аргумент, как правило, это призыв к действию.

Большинство рекламных объявлений всегда заканчивается обобщающим аргументом – это выгода, которую получит покупатель, как только приобретет товар или услугу.

Удачным является использование примеров. Примеры очень эффективно и доходчиво подтверждают приведенные аргументы. Они делают аргументацию более конкретной, точной и наглядной.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что эффективность средств аргументации зависит от правильного выбора аргументов и контраргументов. Результативно здесь использование примеров. Товар должен быть описан детально, подтверждением его качества могут

служить свидетели – это специалисты в тех или иных областях. Благодаря их профессиональному заключению у потребителя появляется доверие к товару или услуге. Воздействие на потребителя так же может осуществляться через эмоции, то есть физические или душевные ощущения.

### Список литературы:

1. Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVII. – М.: Прогресс, 1986. – С 322-362.
2. Блажнов Е.А. Паблик Рилейшнз. – М.: ИМА-пресс, 1994. – 152 с.
3. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
4. Бове К., Арене У. Современная реклама. – Тольятти: «Издательский Дом Довгань», 1995. – 704 с.
5. Бровкина Ю.Ю. Эксперимент как метод изучения коммуникативных свойств рекламных текстов // Человек Коммуникация. – Вып. 1.– Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1997. – С. 165-168.
6. Виноградов С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи//Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 281-317.
7. Винокур Г.О. Культура языка: Очерки лингвистической технологии. – М.: Наука, 1990. – 452 с.
8. Волкова В.В. Реклама в газете: (Системный дизайн, структура и композиция) : Дис. .канд. филол. наук. М., 1997. – 204 с.
9. Второва А.Г. Коммуникативно-функциональное исследование текстов газетных объявлений: (На материале немецкоязычной прессы) : Дис. .канд. филол. наук. – СПб., 1991. – 214 с.
10. Гольман И.А., Добрабабенко Н.С. Практика рекламы. – Новосибирск: СП «Интербук», 1991. – 142 с.
11. Дементьев В.В. Речевые приёмы иронии и шутки и типология коммуникативных интенций // Фатическое поле языка. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1998. – С. 33-45.
12. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. – Мн.: ООО «СЛК», 1996. – 320 с.
13. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М.: Наука, 1984. – 272 с.
14. Дускаева Л.Р. Диалогичность газетных текстов 1980-1990 г, г.: Дис. .канд. филол. наук. – Пермь, 1994. – 185 с.

## РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫКОЗНАНИЕ

### 3.1. ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

#### ИССЛЕДОВАНИЕ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ В КИТАЕ И В РОССИИ

**Ван Чэжицян**

*аспирант*

*Бурятского государственного университета*

*имени Доржи Банзарова,*

*Россия, г. Улан-Удэ;*

*старший преподаватель*

*института иностранных языков*

*Хэбэйского северного университета,*

*Китай, г. Чжанцзякоу*

#### A REVIEW OF THE STUDY OF LANGUAGE AWARENESS IN CHINA AND RUSSIA

**Wang Zhiqiang**

*PhD student,*

*Banzarov Buryat State University,*

*Russia, Ulan-Ude,*

*Lecturer, School of foreign studies, Hebei North University,*

*China, Zhangjiakou*

**Аннотация.** В последние годы языковое сознание является одним из фокусов внимания в лингвистике как в Китае, так и за рубежом. Языковое сознание не только богато теоретическими знаниями, но и имеет огромное прикладное пространство, особенно в области обучения иностранным языкам. В данной статье описываются результаты

исследования языкового сознания в Китае и в России, с целью предложить рекомендации для исследования психолингвистики и практики обучения иностранным языкам.

**Abstract.** In recent years, language awareness has been one of the focuses of linguistics in China and overseas. Language awareness not only has rich theoretical connotations, but also has broad application space, especially in the field of foreign language teaching. This paper introduces the research results of language awareness in China and Russia, in order to provide suggestions for the study of psycholinguistics and foreign language teaching practice.

**Ключевые слова:** психолингвистика; языковое сознание; ассоциативный эксперимент; Китай; Россия

**Keywords:** psycholinguistics; language awareness; association experiment; China; Russia

## 1. Введение

В области российской лингвистики взаимосвязь между языком и мышлением, языком и национальным духом, языком и культурой не только является объектом исследования многих дисциплин, таких как философия языка, психология, этнопсихолингвистика, когнитивная лингвистика, лингвокультурология и т. д., но и занимает важное место в обучении иностранным языкам и межкультурной коммуникации. Как важная тема и основное содержание исследования российской психолингвистики, языковое сознание отражает «пересекающиеся отношения между внутренним миром, сознанием, концепций, мыслями человека и внешней формой выражения языка. Оно является инструментом анализа специфики различных культур» [29, с. 78]. Внедрение в Китай исследования языкового сознания оказало важное влияние на изучение психолингвистики и лингводидактики нашей страны. Проведенные в последние годы в России и в Китае теоретические и экспериментальные исследования позволили выявить специфику языкового сознания носителя определенной культуры. В настоящей статье используются методы анализа и обобщения для обзора литературы об изучении языкового сознания в Китае и за рубежом, для понимания текущей ситуации и проблем исследования языкового сознания в области психолингвистики, а также для предоставления ссылки на изучение психолингвистики и преподавание иностранных языков в Китае.

## 2. Исследование языкового сознания в России

В последние годы понятие «языковое сознание» чаще всего применяется в наименовании тематики психолингвистических научных конференций, используется в психолингвистических исследованиях. Эти факты показывают, что языковое сознание является актуальной тематикой исследований в различных областях российской психолингвистики.

### 2.1. Понятие «языковое сознание»

В литературе, посвященной российской психолингвистике, особенно с середины 1980-х годов, «языковое сознание» стало высокочастотным термином. История языкового сознания как термина, используемого в научных исследованиях, восходит к В.Ф. Гумбольдту: «Язык в своих взаимозависимых связях есть создание народного языкового сознания» [2, с. 396-397]. Но до сих пор в парадигме психолингвистики нет точного и единственного определения языкового сознания. Согласно Т.А. Фесенко, «языковое сознание для В.Ф. Гумбольдта – это соотношение осознанных возможностей языка с собственным творческим мышлением, способность языкового сообщества рефлексировать над возможностями оформления в языке неязыкового материала» [12, с. 132].

В рамках исследования языкового сознания многие учёные не отличают феномен «сознание» от «языкового сознания», так как сознание является одной из основных особенностей языкового сознания. По мнению А.А. Леонтьева, «Иметь сознание – владеть языком. Владеть языком – владеть значениями. Значение есть единица сознания. Сознание при этом понимании является знаковым» [8, с. 16]. Иными словами, сознание характеризуется речевой природой. С.Л. Рубинштейн отметил, что «возникновение сознания как специфически человеческого способа отражения действительности неразрывно связано с языком, язык – необходимое условие возникновения сознания. ... Язык – общественная форма сознания человека как общественного индивида» [7, с. 50].

Однако, И.А. Стернин не согласился с этим мнением. На его взгляд, «языковое сознание – это часть сознания (когнитивного сознания), обеспечивающая механизм языковой (речевой) деятельности; компонент когнитивного сознания, отвечающий за механизмы речевой деятельности человека и обеспечивающий оперирование речью» [13].

Кроме И.А. Стернина, на нетождественность указывают также и такие психолингвисты, как З.Д. Попова, Т.Н. Ушакова. Они считают, что сознание и языковое сознание – это далеко не одно и то же. В частности, З.Д. Попова и И.А. Стернин определили, что «сознание лишь формируется при участии языка, знания которого служат материальными опорами

обобщения в процессе образования образов (концептов) в сознании, однако само сознание в языке для функционирования не нуждается, осуществляясь на универсальном предметном коде» [11, с. 43].

Вместе с этим, многие исследователи считают языковое сознание как сознание «овнешненное». Иными словами, люди пользуются внешним речевым высказыванием для выражения сознания. В московской психолингвистической школе Н.В. Уфимцева и Е.Ф. Тарасов согласились с такой точкой зрения. Н.В.Уфимцева отметила, что язык, представляя собой структуру деятельности, занимает центральное место в психологии человека, так как язык обеспечивает и способствует пониманию культуры, трансформирует структуру и содержание мысли внутреннего мышления во внешнюю структуру и содержание формального языка. Таким образом, люди могут наблюдать за собой и другими, и в конечном итоге достичь взаимопонимания с членами данного культурного сообщества [24, с. 295]. Под языковым сознанием Е.Ф. Тарасовым понимаются «образы сознания, овнешняемые языковыми средствами: отдельными лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными полями. Образы языкового сознания интегрируют в себе умственные знания, формируемые самим субъектом преимущественно в ходе речевого общения, и чувственные знания, возникающие в сознании в результате переработки перцептивных данных, полученных от органов чувств в предметной деятельности» [14, с. 28].

По мнению Т.Н. Ушаковой, «термин «языковое сознание» составлен из таких слов и затрагивает такие понятия, которые относятся к различным, хотя и сближающимся областям: психология и лингвистики» [16, с. 13]. Также она считает, что понятие «языковое сознание» характеризуется двумя основными разновидностями: динамической – выражение состояние сознания в вербальной форме, воздействие на сознание с помощью речи, – и структурной, образуемой языковыми структурами, формирующимися в результате ментального опыта субъекта, действия его сознания. При этом спецификой термина «языковое сознание» является то, что «им подчеркивается момент совокупности феномена сознания, мысли, внутреннего мира человека с внешними по отношению к нему языковыми и речевыми проявлениями» [16, с. 13].

Мы разделяем мнение представителей московской психолингвистической школы и понимаем языковое сознание как разновидность языковых форм, которая является совокупностью опосредованного человеком сознательного поведения, выраженного определенными языковыми средствами. Языковое сознание подчеркивает тесную связь между двумя дисциплинами: лингвистикой и психологией. Языковое сознание акцентирует роль и значение психологического состояния в сознании

во время использования речевого потока, языка и речевого высказывания, которые играют важную роль в процессе функционирования сознания.

## **2.2 Методологические подходы к изучению языкового сознания**

В настоящее время в российской этнопсихолингвистике актуальной темой является изучение национально-культурной специфики языкового сознания носителей разных культур. В связи с этим, с начала 90-х годов ученые московской психолингвистической школы обратили большое внимание на формирование новых методов для исследования различий языкового сознания, которые существуют в сознании носителей разных языков.

### **2.2.1 Свободный ассоциативный эксперимент – методика исследования языкового сознания**

Согласно Н.В. Уфимцевой, ассоциативный эксперимент становится одним из активных и эффективных методов для изучения овнешнения языкового сознания. «Через ассоциативный эксперимент и построение на его основе семантической сети усредненного носителя данной конкретной культуры можно выявить системность образа мира носителей той или иной культуры и, вероятно, тем самым систему их культурных стереотипов, которые и отражают особенность национального характера» [15, с. 144]. А из всех ассоциативных экспериментов, свободный ассоциативный эксперимент (САЭ) является самым простым, и в тоже время весьма эффективным.

С помощью САЭ исследователи сделали большой вклад в исследование языкового сознания. В известном русском научном журнале «Вопросы психолингвистики» был опубликован ряд статей, посвященных анализу специфики языкового сознания носителей разных культур. В зависимости от своей цели и задачи, исследователи отобрали определенные концепты или части речи как слова-стимулы, определили состав информантов, провели эксперимент, составили и сопоставили ассоциативные поля представителей разных культур, выявили сходства и различия образа мышления, языкового сознания, картины мира и национальной психологии у разных народов [1], [6], [4], [10], [9], [18] и др. Данные исследования позволяют «... строить гипотезы о тех или иных стратегиях и опорах, обеспечивающих выход на образ мира, и о наиболее «рельефных» для определенных категорий носителей языка и культуры эмоционально-оценочных переживаниях» [5, с. 11].

Ассоциации являются частью языкового сознания и важной основой деятельности сознания человека. Проведение САЭ очень эффективно и

актуально. Одним словом, в наше время для изучения языкового сознания САЭ является одним из важных методов эмпирического исследования.

### **2.2.2. Ассоциативный словарь – материал для проведения экспериментального исследования языкового сознания**

В настоящее время существуют различные ассоциативные словари, например, ассоциативный словарь английский, украинский, немецкий, белорусский и многие другие. В последние десятилетия, на основе масштабного САЭ многие русские ученые, такие как А.А. Леонтьев, Ю.Н. Караулов, Н.В. Уфимцева, составили различные ассоциативные словари. В 1973 году А.А. Леонтьев отредактировал и опубликовал «Словарь ассоциативных норм русского языка», предоставив ссылку на составление ассоциативных словарей в будущем. С 1998 по 1999 год Н.В. Уфимцева редактировала «Славянский ассоциативный словарь», который был опубликован в 2004 году. В 1996 году Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева и Г.А. Черкасова совместно составили «Русский ассоциативный словарь» (РАС), который содержит более 6000 слов-стимулов и более 10000 слов-реакций. В 2014 году Г.А. Черкасова и Н.В. Уфимцева составили «Русский региональный ассоциативный словарь – тезаурус ЕВРАС», который является самым новым изданием ассоциативного словаря, изданного Институтом языкознания РАН.

Мы считаем, что в качестве важной части ассоциативного тезауруса, роль ассоциативных словарей заключается в том, что они помогают изучать структуру и специфику языкового сознания «усредненного» носителя русского языка; с помощью ассоциативных словарей ученые по лингвистике, философии, психологии, психолингвистике и социологии по-новому понимают владение языком, характер языкового сознания, устройство и функции лексикона представителей разных культур; они являются новым методом, который принимает активное участие в процессе исследования культурно-национальной специфики языкового сознания разных культур, норм и правил речевого потока различных языков, законов в семантике, морфологии и синтаксисе.

Таким образом, исследование языкового сознания в области российской психолингвистики продолжает развиваться. Ученые не только уделяют внимание теоретическим исследованиям, но и активно проводят эмпирические исследования. Эти исследования обогащают теорию языкового сознания, дают новые перспективы и методы изучения языкового сознания.

### 3. Исследование языкового сознания в Китае

Изучение языкового сознания в российской психолингвистике оказало важное влияние на развитие психолингвистики и преподавания русского языка в Китае. В последние годы, заимствовав теории и методы российской психолингвистики, китайские русисты не только занимались теоретическими исследованиями языкового сознания, но и провели большое количество САЗ, чтобы сравнить сходства и различия языкового сознания китайцев и русских, раскрыть национально-культурную специфику языкового сознания.

#### 3.1. Теоретическое исследование языкового сознания

Если говорить о теоретических исследованиях, китайскими учеными в основном представлены результаты исследований российской психолингвистики и эмпирических сравнительных исследованиях языкового сознания русской и китайской культур. Самый представительный ученый в этой области – профессор Чжао Цюе.

В статье «Российская психолингвистика и преподавание русского языка» Чжао Цюе систематически представила школы российской психолингвистики, их статус и тенденцию развития и отметила, что теория психолингвистики играет ведущую роль в преподавании русского языка как иностранного [31]. Руководствуясь теорией психологии Л.С. Выготского, Чжао Цюе обращает внимание на внутренние отношения «человек – язык – мир». Она объединяет человека, язык и мир в целом. По ее мнению, в качестве посредника интеграции человека и мира, язык органично связывает человека с окружающим миром и в то же время отражает образ мира человека. К тому же Чжао Цюе подчеркнула, что «национально-культурные особенности языкового сознания играют важную руководящую роль в преподавании иностранных языков» [32]. В связи с различиями разных национальных сообществ в истории, культуре, религии и др., их когнитивные схемы также различаются, и такие различия отражаются в языках разных наций. Таким образом, «в процессе преподавания нам надо обновить концепцию обучения иностранным языкам, изменить модель подготовки кадров и обсудить оптимальную модель обучения иностранным языкам» [там же].

С 1980-х годов русские психолингвисты начали уделять внимание изучению ядра языкового сознания. Чжао Цюе системно описала эксперимент ядра языкового сознания среди русских, славян, англичан и испанцев, выявила различия языкового сознания носителей разных культур [33]. Конечная цель исследования языкового сознания заключается в том, чтобы служить речевой практике. Вследствие этого Чжао

Цюе связала теоретическое исследование языкового сознания с подготовкой русского мышления у китайских учащихся и речевой коммуникацией. В связи с тем, что при обучении русскому языку педагоги обращают большое внимание на передачу теоретических знаний, но игнорируют тренировку русского мышления у учащихся, ученый Чжао подчеркнула важность развития русского мышления и предложила соответствующие меры для устранения препятствий мышления новичков в процессе обучения русскому языку [22].

«Каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, из которого можно выйти только в том случае, если вступаешь в другой круг» [3, с. 46]. Согласно с Чжао Цюе, для изучающих русский язык самый эффективный способ выйти из этого круга – развивать русское мышление. Она сочетала языковое сознание с изучением перевода и изучала психологические процессы и механизмы мышления при переводе, исходя из глубинных причин, лежащих в основе языка [30]. Это не только является теоретическим дополнением к исследованию языкового сознания и обучению переводу, но и имеет важное значение для распространения китайской культуры и продвижения китайского языка за рубежом.

Кроме Чжао Цюе, другие китайские русисты также посвящают себя изучению языкового сознания. Ученый Сюй Гаоюй в своей статье представил результаты теоретических и экспериментальных исследований сознания, языкового сознания и психосемантики, сосредоточил внимание на двух областях психолингвистики – психосемантике и языковом сознании [27]. Ду Гуйчжи изложила механизм формирования языкового сознания, его определение, формы выражения и функции, а также пути исследования языкового сознания. На этой основе ученый систематически проанализировала взаимосвязь порождения и понимания речи с формированием и функцией языкового сознания [19]. Наряду с этим ученый Лю Хун отметила важность результатов исследования языкового сознания в обучении иностранным языкам [30].

Хотя у ученых есть свои фокусы в теоретическом исследовании, их внимание сосредоточено на преподавании иностранных языков и межкультурном общении. В контексте экономической глобализации, инициативы «Один пояс, один путь» и построения Сообщества единой судьбы человечества, т.е. в эпохе диалога культур, «исследование языкового сознания обуславливает реализацию диалога культур в преподавании иностранных языков» [24, с. 325].

### 3.2. Экспериментальное исследование языкового сознания

В последние годы, тенденция экспериментальных исследований языкового сознания также растет. Надо отметить, что Чжао Цюе и ее исследовательская группа все свое время посвящают экспериментальному изучению языкового сознания. Предметы их исследований – это слова и части речи, которые занимают главное место в системе лексики и познании человека, с целью описания специфики языкового сознания китайских учащихся русскому языку как иностранному и русских учащихся.

Под руководством профессора Чжао Цюе, ее магистры провели серию САЭ среди китайских и русских студентов, отобрав разные слова, концепты и части речи как слова-стимулы (Например, китайские высоко-частотные слова, глаголы, прилагательные, слова «типа природы», ключевые ценности социализма, фразеологизмы русского языка, русский алфавит и т.д.) [25], [26], [20], [28] и др.

В процессе исследования группа Чжао Цюе заметила, что большинство экспериментальных исследований в Китае сосредоточено только на студентах, но мало исследований, посвященных языковому сознанию учащихся средней школы. Основываясь на этой информации, группа Чжао Цюе провела САЭ среди китайских учеников [26], [21]. Данные исследования представляют собой предварительные попытки экспериментального исследования языкового сознания у китайских учащихся средней школы. Они восполнили недостатки в области изучения языкового сознания у учеников и обогатили исследования языкового сознания в Китае.

В общем, исследование языкового сознания в Китае варьируется от одноязычного до двуязычного, от описания и анализа специфики языкового знания русских на основе «Русского ассоциативного словаря» до проведения большого количества САЭ. Теория, методы и содержание постоянно обогащаются. Материалы для эксперимента также становятся многомерными и всесторонними, охватывая не только различные части речи, такие как глаголы, прилагательные, но и фразеологизмы и лексику со значением времени, пространства и др. Кроме того, исследование основывается на специфике родного языка и родной культуры, уделяет внимание актуальным социальным проблемам, представляет справочную информацию для преподавания китайского языка как иностранного и распространения китайской культуры в контексте глобализации.

### 3.3. Проблемы развития исследования языкового сознания в Китае

В настоящее время в Китае уже накоплено определенное количество опыта и результатов исследований языкового сознания. Однако, нам хотелось бы изложить некоторые выводы и замечания, сделанные Хуан Тяньдэ по результатам анализа психолингвистических исследований в Китае. Он отметил, что в Китае психолингвистические исследования опираются на теоретическую основу российской (московской) психолингвистической школы, однако небольшое количество исследователей и публикаций, недостаток совместных российско-китайских работ или взаимного изучения результатов не позволяет в полной мере осуществлять контрастивные исследования русского и китайского языков [17, с. 119]. По данным ученого Хуана, в КНР только четыре университета (Харбинский педагогический университет, Хэйлуцзянский университет, Северо-восточный университет лесного хозяйства и Северо-восточный педагогический университет) готовят магистров по направлению «Психолингвистика». В 2017 г. в Харбинском педагогическом университете профессор Чжао Цюе начала принимать аспирантов по данному направлению [17, с. 118]. Многие китайские ученые перешли к исследованиям в других областях лингвистики, и только некоторые продолжают заниматься российской психолингвистикой, включая и языковое сознание. Кроме того, в последние годы был выявлен ряд таких проблем, как снижение темпов роста количества научных публикаций; недостаточный объем международных учебных обменов.

### 4. Выводы

В результате анализа исследования языкового сознания в области российской психолингвистики в России и в Китае мы можем лучше представлять себе основные закономерности и тенденции в развитии этой сферы лингвистического знания в обеих странах. Можно сказать, что изучение языкового сознания постоянно совершенствуется и развивается в области психолингвистики как в Китае, так и в России. В качестве новой точки зрения в исследовании лингводидактики, языковое сознание имеет важную теоретическую ценность и прикладные перспективы. По сравнению с исследованиями психолингвистики в России, сегодня в Китае психолингвистическими исследованиями языкового сознания занимается меньшее количество ученых. В связи с наличием указанных проблем в Китае, мы должны усилить изучение языкового сознания, применить результаты исследования психолингвистики других стран на практике преподавания русского языка как иностранного, развить сознание иностранных языков у китайских учащихся в процессе

обучения, улучшить их способность изучать иностранные языки. Кроме того, нам необходимо углублять международное сотрудничество с представителями российской психолингвистики и научными организациями, чтобы совершенствовать совместную работу в мировом масштабе.

### Список литературы:

1. Бескоровайная И.Г. Ассоциативный эксперимент как способ реконструкции фрагментов языкового сознания // Вопросы психолингвистики. М., 2004. №2. – С. 73-77.
2. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. М., 1985. – 452 с.
3. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода // Хрестоматия по истории развития языкознания XIX-XX вв. М., 1956. – 378 с.
4. Евсеева О.В. Специфика языкового сознания носителей английской, французской и русской культур (на материале моделей ассоциирования) // Вопросы психолингвистики. М., 2009. №10. – С. 115-119.
5. Залевская А.А. Динамика общенаучных подходов к проблеме знания и некоторые задачи психолингвистических исследований // Вопросы психолингвистики. М., 2007. №5. – С. 10-17.
6. Костинская О.С. Концепт времени в японской картине мира. // Вопросы психолингвистики. М., 2006. №3. – С. 103-113.
7. Куликов Л.В. Психология сознания. Серия «Хрестоматия по психологии». СПб.: Питер, 2001. – 480 с.
8. Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность: сб. статей / отв. ред. Е.Ф. Тарасов. М., 1993. – С. 16-21.
9. Ощепкова Е.С. Ценности «Богатство» и «Бедность» в языковом сознании русских // Вопросы психолингвистики. М., 2014. №22. – С. 102-117.
10. Пешкова Н.П. Региональные особенности языкового сознания российской молодежи // Вопросы психолингвистики. М., 2012. №16. – С. 8-19.
11. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток - Запад, 2007. – 315 с.
12. Сергеев Ф.П. Проблема взаимоотношения языка, мышления и сознания: Учеб. пособие к спецкурсу по металингвистике. Волгоград: Перемена, 2004. – 142 с.
13. Стернин И.А. Коммуникативное и когнитивное сознание // С любовью к языку: сборник научных трудов. М.; Воронеж, 2002. – С. 44-51.
14. Тарасов Е.Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. – С. 24-32.
15. Уфимцева Н.В. Этнокультурная специфика языкового сознания. РАН. Ин-т языкознания. М., 1996. – 226 с.

16. Ушакова Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. – С. 13-24.
17. Хуан Тяньдэ 40 лет психолингвистическим исследованиям русского языка в Китае: основные этапы и перспективы развития // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2019. – С. 115–120.
18. Яковлев А.А., Телешева С.В. Особенности языковой картины мира преподавателя вуза: данные ассоциативного эксперимента // Вопросы психолингвистики. М., 2015. №23. – С. 44-55.
19. 杜桂枝. 论语言意识. 外语学刊, 2006(04):1-5+112.
20. 高丽彦. 基于中华文化核心词联想场的中俄大学生语言意识对比研究. 哈尔滨师范大学, 2017.
21. 李珊珊. 基于联想实验的中俄中学生语言意识对比研究. 哈尔滨师范大学, 2019.
22. 刘恩帅, 赵秋野. 零起点学生俄语思维能力的培养. 俄语学习, 2012(2):25–27.
23. 刘宏. 外语教育中的语言意识研究. 语言教育, 2015(01):2-7.
24. 刘宏. 俄语语言文化与跨文化交际. 北京: 外语教学与研究出版社, 2018.
25. 宁秀鑫. 中国高校俄语专业学生俄语语言意识实证研究. 哈尔滨师范大学, 2012.
26. 牛鹏远. 中俄中学生俄语语言意识对比研究. 哈尔滨师范大学, 2013.
27. 许高渝. 意识·意识中的意义·语言意识. 俄语语言文学研究, 2003(01):47-55.
28. 姚久员.  
汉语和斯拉夫语“自然类”核心词语言意识对比研究及联想数据库设.  
哈尔滨师范大学, 2020.
29. 赵秋野, 黄天德. 从свой-чужой的语言意识内容和结构看俄罗斯人的语言哲学观. 外语学刊, 2013, 173(4):78-82.
30. 赵秋野, 李冬艳. 汉译俄的思维、文化、语言、心理机制研究. 广东外语外贸大学学报, 2014, 25(3):69-74.
31. 赵秋野. 俄罗斯心理语言学与俄语教学. 现代外语, 2003a(3):318-325.
32. 赵秋野. 试论语言意识的民族文化特点. 外语学刊, 2003b(3):69-72.
33. 赵秋野. 俄罗斯语言意识核心词研究综述. 解放军外国语学院学报, 2008(1):26-31+37.
34. 朱瑞爽. 中国高校俄语专业学生俄语成语联想实证研究. 哈尔滨师范大学, 2013.

## О ЯЗЫКОВОМ СТИЛЕ БУРЯТСКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА БАРАДИЙ МУНГОНОВА)

**Нимаева Ирина Бальжинимаевна**

*канд. пед. наук, доцент,  
Восточно-Сибирский государственный  
институт культуры,  
Россия, г. Улан-Удэ*

**Аннотация.** В данной статье говорится об особенностях языка произведений бурятского писателя Барадий Мунгонова.

**Ключевые слова:** перевод; повесть; герой; художественная литература; метафора; эпитет; аллитерация и другие.

Одним из важнейших средств взаимодействия и взаимообщения разных народов мира во времена глобализации является диалог культур. И в этом процессе особый смысл приобретает переводная литература. Благодаря переводной литературе, современные читатели имеют возможность ознакомиться с особенностями традиционной языковой культуры других народов и народностей. В частности, творчество бурятского писателя Барадий Мунгонова отличается глубинным видением проблем общества. В его произведениях затрагиваются важные нравственные проблемы добра и зла, любви и ненависти, забвения и исторической памяти, отношения «отцов и детей» и многие другие, которые и в настоящее время вызывают огромный интерес в нашем обществе.

Известный бурятский писатель-прозаик Барадий Мункуевич Мунгонов (1922-1989гг.) внес свой огромный вклад в развитие бурятской классической литературы. Его произведения «Харьялан урдаа Хёлгомнай» – «Хилок наш бурливый», «Сагаан хара» – «Белый месяц», «Баян зүрхэн» – «Щедрое сердце» и другие правдиво отражают жизнь и быт простых людей, тружеников колхоза [1]. Истинно художественный язык этих произведений свидетельствует о том, что Барадий Мунгонов является одним из талантливых национальных писателей. Он умеет мастерски создавать яркие литературные образы, отличающиеся глубиной и цельностью характера, полнотой чувств и эмоций, его героев отличает самобытность, колоритность, активная жизненная позиция[2].

В особенности поражает неповторимый язык его произведений, который изобилует оригинальными фразеологизмами, пословицами и поговорками, парными словами. В нем много пейзажных зарисовок,

внутренних монологов, ярких диалогов и т.д. Кроме того, в языке произведений названного писателя можно обнаружить множество художественных тропов (метафоры, эпитеты, сравнения, олицетворения и др.), стилистических фигур (антитеза, риторические вопросы, градация и др.).

По нашим наблюдениям, языковой стиль повести Барадий Мунгонова «Сагаан хара» – «Белый месяц», в частности, имеет свои особенности. Одна из них заключается в том, что в языке повести много оригинальных аллитерированных предложений, которых можно обнаружить далеко не во всех прозаических произведениях разных писателей. В этом смысле произведения Барадий Мунгонова являются ярким свидетельством преемственности языковых традиций основоположника бурятской реалистической литературы Хоца Намсараева.

Приводим примеры, взятые из произведения бурятского писателя Барадий Мунгонова «Сагаан хара» («Белый месяц») [3], – предложения с аллитерированными периодами:

1. Тиимэ даа, ерэхэ юумэн ерэхэл янзатай...  
(ерэхэ – ерэхэл);
2. Халуун хүйтэнэй андалдаан – хабарай сагай гое гээшэнь...  
(халуун – хүйтэнэй – хабарай);
3. Эртын сагта түрэжэ, эрын зугые дабажа гараһан эсэгэ хүнэй толгойдо элдэбын ухаатай бодолнууд эжэлүүдгүй ородог бэшэ аал?...  
(түрэжэ - дабажа – толгойдо);  
(эртын – эрын – эсэгэ – элдэбын – эжэлүүдгүй);
4. Балжима басаганай амияа бариһан аргаахан үгэнүүд бүри ойрохон соностообо...  
(амияа – аргаахан; Балжима – басаганай – бариһан – бүри);
5. Хандагар харахан, харуу хяһуурхан Хархандаймни халаад халажа натаршоо...  
(хандагар – харахан – харуу – хяһуурхан – Хархандаймни – халаад).

Приведенный нами примеры аллитерированных предложений из вышеназванной повести Барадий Мунгонова, как нам кажется, ничем не уступают по степени художественности с тем, что есть, в частности, в рассказах Хоца Намсараева, упомянутого нами выше:

«Үндэр тэнгэрийн дээрэ гаража, үүлэ мананай элбэг боложо байһан намарай хонгор, наратай һайхан үдэрнүүд һубарижал байба. Норбо Шагжа хоер харагша гүүн хашан хээр хоероо хааг хоорпо тэргэдээ хүллэжэ мордоһон юм ха. Мордоһон сагаа мориной хүлһэ гаргажа, аяншан занга ар дугшанад. Олоншье хонобогүй, уужам Түгнын хоймороор уруудажа ошообо. Холошье балай ябангүй Хуртын айлда хүрэхэ гэнэн юм ха... ». В этом примере, взятом из рассказа

Хоца Намсарева «Норбо Шагжа хоер» [4] есть оригинальные по языковой форме предложения, содержащие аллитерированные периоды:

үндэр – үүлэ – үдэрнүүд;  
хоер – харагша – хашан - хааг – хоорпо – хүлжэж;  
мордохон – мориной;  
ужам – уруудаж;  
холошье – Хүртын – хүрэхэ.

Далее, в языке данного произведения «Сагаан хара» наличествуют художественные тропы – метафоры, эпитеты, сравнения, олицетворения и другие. Так, например, в эпизоде, где рассказывается о четырех волках, вышедших в глухую ночь из таежной дебри в поисках добычи, двое из которых позже попали в амбарный капкан, поставленный охотниками, и пристрелянных ими же, есть своеобразное метафористическое предложение: «Тэдэ хоер дүүнэрын ажа амидаралайнгаа түлөө тэмсэлье эгээл тэндэ, Тожоохоной тужын баруун хаялгада, дүүргэһэн янзатай... Энэ хадаа тэдэ хоерой һүүлшын абьян байгаал даа...», что в нашем переводе на русский язык звучит: «Видно, их младшие собратья завершили свою вечную борьбу за выживание там, на западной стороне Тожоохонского лесистого бора. То был, по всей вероятности, их отчаянный крик о помощи, прозвучавший как последний зов к жизни...» [3].

В другом примере, содержащем отрывок с пейзажной зарисовкой, тоже есть своеобразная метафора: «...Гэбэшье хүйтэнэй үсын гэдэргээ сухарихань удаан даа. Дулаахан хабарта диилдэхэгүй гэхэндэл, арга шадалаараа атаралдажа, этэрэлдэжэ байгаад, хааяахан хагсуу халхи, саһа бордоһо буулгажа, тала дайдые, ой тайгые һөөргэнь һүнгэ сагаан үнгэтэй болгон бурзайлгаадхина...». В переводе на русский язык это предложение выглядит следующим образом: «...Зимние морозы отступать пока не собирались, они все еще медлили. Как будто никак не хотели оставаться побежденными в глазах у наступающей теплой весны, они изо всех сил цеплялись, напоминая о себе редкими студенными ветрами и снежными метелями, которые снова и снова накидывали молочно-белые одеяния на леса и степи...» [3].

В языке этого произведения из художественных тропов, кроме метафор, встречаются эпитеты: «жэгтэй-хайхан-хабарай саг» (таинственная, прекрасная весенняя пора), «гүнзэгы-нэлүүн-сэдьхэл» (глубинная, широкая душа), «арьялаа шара нарһан» (исполинская рыжая сосна), «мүнгэлиг-хайхан-суурьян» (серебристые, красивые отголоски эха), шашаг-хөөрүү-шаазгайнууд (говорливые сороки), хухэ-шэршүү-ургынууд (синевато-бархатистые подснежники) и т.д.

Также в языке данной повести находим примеры олицетворения: «...нарата-үдэр-эжэ-эхигүй-урагшаа-зүдхэжэ, һуниин-харанхые-гэдэргэнь-

сухарюулаад, мүнөөдэртөө-энэ-дайда-бүхы-хабаараа-хуняаха-гэһэн янзатай...» [3]. В переводе на русский язык: «...этот солнечный день из всех сил пытался удержаться, ночную темень он гнал назад, и, казалось, что степным просторам ничего другого не оставалось, как целый день зевать...» [3].

Таким образом, из всего сказанного нами выше, можно сделать вывод о том, что языковой стиль произведений бурятского писателя Барадий Мунгонова можно считать художественным образцом в бурятской литературе, с нашей точки зрения, а самого писателя – мастером художественного слога.

### **Список литературы:**

1. Жимбиев Ц.А. Барадий Мунгонов (1922-1989). Выдающиеся бурятские деятели: (сб. очерков) / Ин-т монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН, Конгресс бурят. народа. – Улан-Удэ, 2004.
2. Литература Бурятии. Творческие портреты современных писателей. – Улан-Удэ, 1973.
3. Мунгонов Б.М. Сагаан хара: повесть / Байгал № 6, ноябрь-декабрь. – Улан-Удэ, 2008 – 50-92 с.
4. Намсараев Х.Н. Суглуулагдамал зохеолнууд. – Т.5. – Улан-Удэ, 1959.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ФИЛОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ  
И КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

*Сборник статей по материалам XLV международной  
научно-практической конференции*

№ 2 (45)  
Февраль 2021 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 11.02.21. Формат бумаги 60x84/16.  
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 4,5. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»  
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74  
E-mail: philology@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного  
оригинал-макета в типографии «Allprint»  
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
[nauchforum.ru](http://nauchforum.ru)