

ФЕСТИВАЛЬ ФЭНТЕЗИ КАК ОБЪЕКТ ДИЗАЙНА

Шпак М.Д.

Белорусский государственный университет, Минск

В начале XX в. в литературе формируется жанр фэнтези – промежуточный жанр между волшебной сказкой и фантастикой. Фэнтезийное произведение напоминает историко-приключенческий роман, действие которого разворачивается в вымышленном сверхъестественном мире. Жанр фэнтези внутренне противоречив: он отражает стремление к рациональному объяснению мира и признание его непостижимости. От научной фантастики фэнтези отличается тем, что не стремится к научной достоверности, а описывает гипотетическую реальность, где магия является нормой, законом природы [1]. Фэнтези во многом перекликается с мифами и сказкой – отсюда авторы заимствуют различные канонические структуры и элементы и интерпретируют их [2, с. 90]. В настоящее время фэнтези вышло за границы жанра, став направлением в кинематографе, изобразительном искусстве, породив субкультуру ролевых игр.

Цель настоящей работы – провести предварительный анализ функционирования фэнтези как направления в культуре и оценить перспективы использования дизайна в создании фестивальной атрибутики и фантастических интерьеров в рамках учебного проекта.

Внедрение компьютерных технологий расширило возможности искусства: большинство культурных тенденций воплощается через

средства компьютерной графики [3, с. 4]. Визуальная культура выходит на первый план, становится доминирующей формой культуры. Поскольку сюжет фэнтези подразумевает мистические явления, которые сегодня легко визуализируются средствами компьютерной графики, жанр снова приобретает популярность, проявляя себя не только в литературе, но и в кинематографе, живописи, компьютерных играх, комиксах, музыкальных клипах и т.п. Многие литературные произведения получают сегодня визуальное воплощение, независимо от времени и эпохи их создания [4, с. 72].

Современное фэнтези ориентируется на визуальную культуру: большинство литературных произведений жанра создается с расчетом на их последующую экранизацию. Популярность экранизаций также связана с прогрессирующей культурой гедонизма и развитием индустрии развлечений: духовные ценности утрачивают влияние, произведения искусства адаптируются к ожиданиям и вкусам потребителей и становятся развлекательными.

Важным фактором является зрелищность: эффектные сцены сражений, крупные мистические существа, магические ритуалы, нечеловеческие расы и т.д. В фильмах качество изображения превалирует над качеством сюжета, так как визуальная информация лучше запоминается и дольше хранится в памяти, что повышает степень «погружения» в фантастический мир. Фильм, компьютерная игра или любое другое визуальное воплощение создают в подсознании особое впечатление, вызывают определенные эмоции, ассоциации, мысли.

«Массовость» произведений жанра фэнтези позволяет любителям этого направления активно взаимодействовать: обсуждать сюжетные линии, формировать сообщества по интересам. В 1980-е гг. такие сообщества получили название «фандомы» (*англ.* «fandom»). Фандом подразумевает общение между поклонниками, обмен информацией, идеями, собственным творчеством. Как субкультурное течение фандом развивается с появлением сети Интернет, и до сих пор его виртуальное пространство остается наиболее численным по количеству участников.

Отличительной чертой современного фандома является собственное творчество по мотивам определенного произведения: фанфикшн (любительское сочинение), фан-арт (традиционная и цифровая живопись, видео), косплей (воплощение происходящего в произведении – костюмированная игра). Подобное творчество направлено только на общение с единомышленниками и развитие собственных творческих умений – извлечение коммерческой выгоды поклонниками того или иного жанра исключается. Термин «фандом» постепенно становится определением фанатского творчества, хотя и продолжает подразумевать

сообщество людей, объединенных общими интересами. Стимулируют общение между участниками различные мероприятия: творческие конкурсы, «сходки», кинопоказы, ролевые игры, фестивали. Фандомы начинают выходить за пределы всемирной сетевой паутины.

Сегодня фэнтези-фандомы лидируют по количеству участников. Наиболее многочисленными считаются фандомы любителей таких эпических фэнтезийных произведений как «Песнь Льда и Огня», «Гарри Поттер», «Властелин Колец», «Хроники Нарнии», «Доктор Кто» и т. д. Точное количество поклонников определенного произведения назвать невозможно. Так, целевой поиск на популярном ресурсе художественных работ deviantart.com выдает наличие более 360 000 произведений фан-арта в жанре фэнтези. Количество же комментариев и участвующих в обсуждениях поклонников подсчитать не представляется возможным.

Для целевых аудиторий подобных масштабов актуальным становится брендинг – создание образа продукта, способствующего повышению спроса на него и вызывающего определенные ассоциации, эмоции и представления у потребителя. В рамках фандомов брендинг относится к созданию именно индивидуальных эстетических атрибутов продукта: логотипа, шрифта, цветовых решений и прочих визуальных элементов. Приобретает актуальность сувенирная продукция: футболки, кепки, кружки, фигурки персонажей, постеры, календари, костюмы героев и пр. Брендинг подразумевает также создание тематических арт-объектов. Ярким примером может служить, например, скульптура застрявшей в стене багажной тележки на вокзале Кингс-Кросс в Лондоне (арт-объект посвящен приключениям Гарри Поттера). Арт-объектами брендинг не ограничивается. Так, в Новой Зеландии существует целый туристический маршрут «Хоббитон». Подобные места становятся точками продаж тематической сувенирной продукции. Однако большая часть товаров продается на фестивалях.

Фестивалей, охватывающих фэнтези-пространство, существует значительное количество. Особенно эта практика распространена на Западе. Одним из крупнейших фестивалей является Комик-Кон – международный ежегодный фестиваль в Сан-Диего (только в 2010 г. количество его участников превысило 130 000 человек). Популярны и другие фестивали: Фандом-Кон, Юникон, Старкон, Слэшкон, Роскон, Хиган и т. д. Фестиваль может посвящаться только одному произведению: например, Хоббит-Кон.

В Минске популярны фестивали Юникон и Хиган. Хиган связан с восточно-азиатской культурой, преимущественно с аниме. Традиционно он собирает около 1 500 участников. Юникон или

Universe Convention – фестиваль фантастики, фэнтези, комиксов и компьютерных игр; по количеству участников близок к Хигану [5].

Ежегодный рост популярности и географии участников фестивалей требует расширения программы и выбора более масштабных помещений для их проведения. Открытой статистикой посещаемости фестиваля располагает Старкон – фестиваль фантастики, кино и науки в Санкт-Петербурге. В 2012 г. в мероприятии приняло участие более 1 200 человек, в 2015 г. – около 40 000.

Программы фестивалей обычно включают проведение выставок с участием разработчиков и издателей произведений. Организаторы и волонтеры оформляют фан-стенды (используя атрибутику конкретных произведений), с обязательной развлекательной программой. Здесь же проводятся конкурсы фандомного творчества: фан-видео, фан-арта, комиксов, костюма персонажа и т. п. На крупных мероприятиях организуют встречи-интервью и научно-популярные лекции с участием специальных гостей: актеров, режиссеров, сценаристов, писателей. Иногда в программу включают игровую зону и мастер-классы.

Масштабные фестивали требуют визуального подкрепления. Творческое участие студентов-дизайнеров в оформлении фестиваля и фестивальной атрибутики весьма полезно для получения студентами необходимых навыков в создании знаково-информационных и процессуальных систем. Работа дизайнера предполагает разработку навигации и сувенирной продукции, планировку залов, их зонирование и эстетическое оформление.

Организация взаимодействия человека с фантастическим миром происходит посредством дизайна помещений и фан-стендов. Человек сам может стать частью выставки, может взаимодействовать с ее элементами – удовлетворения одной лишь эстетической потребности недостаточно. Становятся актуальными технологии, меняющие обычное самоощущение человека в пространстве – это позволяет смоделировать фантастическую локацию и иллюзорно преодолеть земные физические законы (гравитационная аномалия, батут и прочее). Таким образом, декорации интерьера могут выполнять функцию аттракциона.

Поскольку творчество является движущей силой и основой существования фандома, организаторы и дизайнеры фэнтези-фестивалей должны учитывать потребность участников к созиданию и не ограничиваться одними соревнованиями или церемонией награждения победителей конкурса, проведенного ранее в сети. Взаимодействие участника с дизайн-объектами может включать творческие и/или игровые аспекты. Само введение человека в фантастическую сцену может побуждать его к творчеству.

Творческим заданием могут стать достаточно простые операции (оставить след, надпись, рисунок на специальной плоскости) и действия, требующие определенного навыка (имитация голоса и речи в театральной миниатюре). Поощрение творческих навыков не должно ограничиваться рамками уже созданных произведений и устоявшихся фандомов. На многих фестивалях практикуются презентационные стенды продуктов собственного творчества, что дает создателям возможность заявить о себе, завести полезные знакомства, создать свой творческий коллектив.

Зонирование залов также может предполагать нестандартный план помещения: имитация лабиринта, сказочного леса или иная типичная фэнтези-локация. В этом случае дизайнеру необходимо уделить особое внимание элементам навигации: указателям и картам. В некоторых помещениях и коридорах можно использовать ориентиры из определенного произведения, что будет способствовать погружению в фэнтези-среду.

Сувенирная продукция в фирменном стиле завершает общий образ. Приобретение различной атрибутики – от закладок для книг с логотипом фестиваля до предметов, которыми обладали герои различных произведений – для многих участников фестиваля не менее важно, чем возможность поучаствовать в творческом конкурсе и пообщаться с другими участниками. Вне фестиваля подобная продукция позволяет заявить о себе, идентифицировать члена фандома в толпе, взаимодействовать друг с другом, тем самым вынося фандомное общение за пределы Интернета.

Фестивали могут способствовать переустройству субкультуры фандомов, открывать возможности для живого общения, создания клубов по интересам или для совместных творческих проектов.

Подводя итоги, можно сказать, что актуальность фэнтези в наши дни обусловлена процветающей культурой гедонизма, доминированием визуальной культуры и развитием технологий в области компьютерной графики. Массовость и популярность фэнтези-произведений способствует объединению людей в сообщества – фандомы, которые направлены на общение и развитие творческих способностей. Фестиваль фэнтези способен актуализировать и развивать коммуникативные и креативные способности человека через внедрение его в искусственную фантастическую среду, являющуюся в данном случае дизайн-продуктом. Привлечение к процессу молодых дизайнеров способно оказать положительное влияние на организацию визуальной составляющей мероприятия, так как тема фестиваля является отражением современной культуры, понятной и близкой молодежи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жаринов, Е.В. Фэнтези и детектив – жанры современной англо-американской беллетристики / Е.В. Жаринов // Интернет-клуб «Сам себе писатель». – [Электронный ресурс]. – 2008 – Режим доступа: http://samopiska.ru/main_dsp.php?top_id=1149. – Дата доступа: 18. 05. 2016.
2. Ковтун, Е.Н. Художественный вымысел в литературе XX века / Е.Н. Ковтун. – М.: Высшая школа, 2008. – 90 с.
3. Турлон, Л.Н. Компьютерная графика как особый вид современного искусства: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.04 / Л.Н. Турлон. – Барнаул, 2006. – 23 с.
4. Усанова, Д.О. Виртуальная культура: концептуальные подходы к осмыслению / Д.О. Усанова // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 4. – С. 70-75.
5. UNICON Convention. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unicon.by/> – Дата доступа: 18. 05. 2016.