

ДИЗАЙН

Научная статья

УДК 671 + 67.1; 391.75; 18; 316.7

EDN KANNDC

<https://doi.org/10.34216/2587-6147-2026-1-71-48-57>

Сергей Ильич Галанин¹

Алексей Вячеславович Зябликов²

^{1,2} Костромской государственной университет, г. Кострома, Россия

¹ sgalanin@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-5425-348X>

² a.zyablikov@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0003-2054-0066>

НЕТРАДИЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЯХ И БИЖУТЕРИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Аннотация. В статье рассмотрены социокультурные аспекты применения нетрадиционных и нестандартных материалов в современных ювелирных украшениях и бижутерии. Показано, что всплеск интереса к поиску нетрадиционных решений в современном ювелирном искусстве обусловлен не только появлением новых технологий и разработкой новых материалов, обладающих уникальными характеристиками, но и широким спектром социальных явлений, обычаев, традиций: общим культурным и образовательным уровнем общества, социальными тенденциями и веяниями, художественным стилем эпохи, модой, самопозиционированием человека в обществе, творческой фантазией и вкусом их создателя. Доказано, что нетривиальные и неожиданные дизайнерские решения объясняются не только экспериментаторским азартом и достоинствами используемых нетрадиционных и нестандартных материалов, но и факторами социального бытия: изменением структуры потребления, нюансами психологии и семиотики, трансформацией гендерных представлений и эстетических приоритетов человека.

Ключевые слова: ювелирные украшения, бижутерия, нетрадиционные и нестандартные материалы в ювелирных украшениях, социокультурная среда, социальное бытие, постмодернистская модель культуры, семантика потребления, контекстуальность

Для цитирования: Галанин С. И., Зябликов А. В. Нетрадиционные материалы в ювелирных украшениях и бижутерии: социокультурное измерение // Технологии и качество. 2026. № 1(71). С. 48–57. <https://doi.org/10.34216/2587-6147-2026-1-71-48-57>.

Original article

Sergey I. Galanin¹

Alexey V. Zyablikov²

^{1,2} Kostroma State University, Kostroma, Russia

NON-TRADITIONAL MATERIALS IN JEWELLERY AND COSTUME JEWELLERY: SOCIO-CULTURAL DIMENSION

Abstract. The article deals with socio-cultural aspects of the use of non-traditional and non-standard materials in modern jewellery and costume jewellery. It is shown that the surge of interest in the search for non-traditional solutions in modern jewellery art is caused not only by the emergence of new technologies and the development of new materials with unique characteristics, but also by a wide range of social phenomena, customs, traditions – the general cultural and educational level of society, social trends and trends, artistic style of the era, fashion, self-positioning of a person in society, creative imagination and taste of their creator. It is proved that non-trivial and unexpected design solutions are explained not only by experimental excitement and the advantages of the used non-traditional and non-standard materials, but also by the factors

© Галанин С. И., Зябликов А. В., 2026

of social existence – changes in the structure of consumption, nuances of its psychology and semiotics, transformation of gender perceptions and aesthetic priorities of a person.

Keywords: *jewellery, costume jewellery, non-traditional and non-standard materials in jewelry, socio-cultural environment, social being, postmodern model of culture, semantics of consumption, contextuality*

For citation: Galanin S. I., Zyablikov A. V. Non-traditional materials in jewellery and costume jewellery: socio-cultural dimension. *Technologies & Quality*. 2026. No 1(71). P. 48–57. (In Russ.) <https://doi.org/10.34216/2587-6147-2026-1-71-48-57>.

Современный постиндустриальный мир формирует особую семиосферу, которая фиксирует новое, порой радикальное переосмысление традиционных представлений. Деформация культурного контекста, спровоцированная попытками уйти от функциональности как главного критерия оценки и мерила качества чего бы то ни было, меняет рожденные модернистским техноморфизмом представления о бытовании предметов. Вещи, говоря словами немецкого философа и социолога Петера Козловски, «независимо от наших технических целей и интересов обнаруживают собственную имманентную телеологию и целесообразность» [1, с. 13].

Постмодернистская модель культуры утверждает множественность истин, акцентирует внимание на свободе и самости в их сущностных свойствах, отрицает статичное состояние идентичности. Аналитическое и отвлеченное начала, конкуренцией и энергией столкновения которых развивалось искусство, сегодня вступили в состояние «замороженного конфликта». Эстетика постмодерна, находящегося в настоящее время в конвульсивно-кризисной фазе и нередко носящего черты буйствующей эклектики и анархического плюрализма, продолжает оказывать решающее влияние на такие сферы, как архитектура, дизайн, реклама. Конечно, не осталось в стороне от названных веяний и ювелирное искусство. В частности, в последние годы наметилась явная тенденция широкого применения нетрадиционных и нестандартных материалов в ювелирных украшениях¹. Хотя первые примеры их применения датируются семидесятыми – восьмидесятыми годами прошлого столетия, действительно значимый интерес к ним возник на рубеже XX–XXI веков и только набирал силу в последние десятилетия. Особое место здесь занимает бижутерия – украшения, которые изначально изготавливались из неюве-

лирных материалов, хотя часто и с использованием ювелирных технологий. В данном сегменте применение материалов, которые являются нестандартными и нетрадиционными для ювелирных украшений, намного шире и имеет богатый исторический опыт.

Всплеск интереса к поиску нетрадиционных решений в современном ювелирном искусстве обусловлен не только появлением новых технологий и разработкой новых материалов, обладающих уникальными характеристиками, но и причинами социокультурного свойства. Переосмысление значения ювелирного искусства, изменение потребительских предпочтений в украшениях и появление новых тенденций и модных течений в ювелирной индустрии в значительной степени определяется факторами социального бытия, трансформацией культурных и ментальных оснований.

Что такое ювелирные украшения? Украшением называют какой-либо яркий, красивый и т. п. предмет, с помощью которого люди улучшают свой внешний вид [2]. Л. Я. Штернберг определяет «украшение (*schmuck* – нем., *parure* – франц.) как термин, под которым в этнографии понимаются объекты и приемы убранства человеческого тела, которые, независимо от своего первоначального генезиса предназначаются для того, чтобы вызывать у других благоприятные для украшаемой личности эмоции – эстетические, эротические, удивления, уважения, страха и т. п.» [3].

Л. Я. Штернберг предлагает свою классификацию «украшений в этнографическом значении», разделив их на две большие группы:

1) украшения, являющиеся следами воздействий непосредственно на тело человека – окрашивание, татуирование, некоторые виды деформации;

2) украшения в виде посторонних объектов, тем или иным способом прикрепляемых к телу либо непосредственно, либо в виде одежды.

П. Р. Гамзатова предлагает свой термин для концептуального объединения украшений именно человеческого тела: «телесно-ориентированные артефакты и артпрактики», отделив их от всего, что связано с декорированием и ор-

¹ К нетрадиционным отнесем материалы, которые ранее широко применялись, а в настоящее время их применение по разным причинам ограничено; также новые материалы, недавно созданные или синтезированные, применение которых началось недавно. К нестандартным – материалы, которые никогда не относились и не относятся к ювелирным.

наментированием архитектурных форм, плоскостей и музыки [4].

А. Р. Лурья, размышляя о психологических мотивах использования украшений, предлагает такую типологию:

1) *женские*, характеризующиеся эмоциями пассивного характера, группирующиеся вокруг потребностей нравиться и привлекать;

2) *мужские*, несущие эмоции активного характера, ориентированные на социальную деятельность и проявляющиеся в желании утверждать себя, расширять свою власть, покорять, преобладать (им соответствуют механизмы по созданию необходимого эффекта неуязвимости, устрашающей мощи, «неотразимого впечатления» у воинов: механизмы увеличения объемов, яркости окраски и т. д.) [5].

Сегодня западоцентричная массовая культура активно, если не сказать агрессивно, девальвирует обыденные представления о гендерных ролях. Речь идет не о феминизации бизнеса, политики и сферы управления, а о продвижении андрогинной модели человека: в ней, судя по всему, видится не просто альтернатива традиционному обществу, но и надежное средство искоренения всяческой розни и дискриминации: половой, расовой, экономической и пр.

Украшение в безбрежном пространстве артефактов нередко выполняет функцию культурного посредника – фетиша, выводящего нас в иное измерение жизни, связанное с мифологическими или религиозными представлениями.

Таким образом, исследователи подчеркивают, что предпосылками использования украшений являются гендерно ориентированные эмоции. Причем эти эмоции существуют уже на протяжении тысячелетий, хотя и могут претерпевать некоторую трансформацию в зависимости от положения гендера в обществе, уровня экономического достатка, модных тенденций, уровня развития технологий, территориальных и географических особенностей [6].

Ювелирные украшения всегда обладали и обладают уникальными функциями. Отражая широкий спектр социальных явлений, обычаев, традиций, они тесно связаны с художественным стилем эпохи, с творческой фантазией и вкусом их создателя, а также с личным стилем обладателя этих украшений или канонизированным стилем общества. Надевая украшения, человек не просто тешит свое самолюбие, но и приобщается к миру определенных идей и представлений [4].

Почему драгоценные? Из истории ювелирного искусства известно, что ценные украшения создавались не только из золота и сере-

ра. Железо, бронза, медь и другие металлы и сплавы высоко ценились в древности. Но драгоценные металлы занимают особое место в ювелирном деле. Во-первых, это связано с их свойствами: пластичностью, устойчивостью к коррозии, особым цветом. Во-вторых, выбор определенных драгоценных металлов или камней обуславливается историческими традициями, обычаями, законами и нормами, господствующими в обществе в тот или иной период времени. В-третьих, часто народные представления связывают благородные металлы и драгоценные камни с потусторонними силами, наделяя их специфическими магическими свойствами [4].

Для современных россиян в словосочетании «ювелирное искусство» существительным является «ювелирное», прилагательным – «искусство». Как следствие, явное предпочтение украшений из золота, даже при их невысоком качестве и дизайне. В массовом сознании жителей нашей страны живет рудиментарное восприятие золота как дефицитного и «статусного» товара. Свою роль играет и архаичное стремление новой «буржуазии» к демонстрации своей социальной значимости и платежеспособности. В какой-то момент художественно-эстетическая значимость золотых и серебряных украшений в массовом восприятии уступила место критерию социального престижа и экономической выгоды, изделия из драгоценных металлов утратили ауру эмоциональных и духовных переживаний, превратились в символ, а порой и в прямой эквивалент достатка [4].

«Оденьте наших советских женщин княжески, и пусть весь мир ими любит», – эта приписываемая Сталину фраза завершила период аскетизма послереволюционного и предвоенного времени. С этим «княжеским» стилем, который в массовом сознании устойчиво отождествлялся с золотом и драгоценными камнями, мы расстаемся с трудом. Может поэтому современные цены на золото в России выше, чем в зарубежных странах, даже при невысоком качестве некоторых изделий. Отметим и политико-экономический аспект проблемы: «золотые сбережения» в советский период, когда люди всегда задумывались о сбережениях на черный день, оставались самым доступным и надежным средством капитализации.

Невысокий уровень массовой ювелирной продукции в СССР обуславливался не только высоким спросом на золото как таковое, но и системой ценообразования. Драгоценный металл в изделии стоил значительно больше, чем в виде сырья. Кроме того, золото в виде металла

в продаже отсутствовало. При этом в государственной ювелирной торговле уровень дизайна изделия кардинально не влиял на его цену. Необходимо отметить, что тривиальные дизайнерские решения и невысокое качество ювелирных украшений массового спроса в значительной мере характеризуют и постсоветское пространство. Исследованию этого феномена посвящен ряд публикаций [7–12].

В поисках новых материалов и дизайнерских подходов

В годы «застоя» художниками-ювелирами, в основном членами прикладной секции Союза художников, поддерживался высокий уровень мастерства. Но из-за государственной монополии на драгоценные металлы, камни и изделия из них работа с ними частных лиц была запрещена. Произведения из недорогих материалов, созданные художниками-ювелирами, как правило, имели выставочный характер или продавались в художественных салонах. Вследствие неразвитости механизмов моды, модной индустрии связь между массовым и художественным, между ювелирным производством и искусством в СССР практически отсутствовала.

Зарубежную ювелирную стилистику XX века формировали как крупные ювелирные бренды, так и известные мастера-ювелиры. Свою лепту внесли и крупнейшие европейские художники, живописцы и скульпторы: Пикассо, Дали, Джакометти, Фонтана, Брак, Макс Эрнст, Танги, Арп и др., стремящиеся распространить собственный художественный стиль на дизайн индивидуальных ювелирных украшений, что позволило создать подлинные шедевры ювелирного искусства.

К характерным тенденциям и ювелирного искусства, и социального сознания последнего времени можно отнести, во-первых, значимость проявления человеческого гения, творчества, фантазии, рассмотрение стиля с точки зрения реализации в нем духовных устремлений эпохи, а, во-вторых, как следствие, – определенную индифферентность к материальной ценности используемого сырья и, более того, нарочитый интерес к новым синтетическим, порой весьма недорогим, материалам. Новые материалы применяют не только и не столько из-за их невысокой цены, а по причине того, что они за счет своих уникальных свойств позволяют решить необходимые дизайнерские задачи [4, 13, 14].

Культуру постмодерна отличает не только тесное соприкосновение искусства и хозяйственно-экономической сферы (в том числе маркетинговых технологий), но и глубокое их

взаимопроникновение: «Взаимное оплодотворение экономического производства и художественного производства способствует эстетическому обучению, апробации новых техник вплоть до упражнения в технике ремесел. Во взаимообмене между искусством и экономикой искусство берет на себя функции создания новых материалов, техник, а экономика следует в фарватере художественного авангарда» [1, с. 153]. К слову, смещаются акценты и в отношении человек – техника. Именно последняя должна сегодня приспособливаться к человеку (а не наоборот!), к его творческим и эстетическим запросам.

Современную моду характеризует изменившееся отношение человека к красоте. Ж. Бодрийяр, давший глубокую и развернутую характеристику обществу потребления, отмечал его стремление к тотальной гомогенизации, к созданию системы, где достигается сочетание знаков всех категорий благ [15, с. 13]. Так, современный сетевой супермаркет или косметический салон предлагают модель жизненного пространства, в котором комфорт, польза и красота образуют нерасторжимое единство. Вещи и услуги становятся не только знаком достатка, но и «знаком счастья». С помощью рекламы и других рупоров массовой культуры в голову потребителя методично вбивается представление о том, что он обладает законным правом на красоту, изобилие и счастье, которое обязательно должно быть измеримо. Не случайно Ж. Бодрийяр определяет общество потребления как «систему манипуляции знаками» [15, с. 22].

Ювелирные изделия идеально подходят на роль знаков счастья, активно демонстрируют, что их обладатель живет с «правильной» жизненной установкой, суть которой в заботе о себе. Речь в данном случае идет, конечно, не об умственных практиках в духе Сократа, не о стремлении к нравственному самосовершенствованию в понимании Л. Н. Толстого, а, скорее, об ухоженности волос и ногтей, о диете и правильном питании, о досуге и удовольствиях (в том числе сексуальных). Будь стильным и красивым – вот главный социальный императив нашего времени. Гипертрофированная забота о своем теле, ставшем полем для самых смелых косметических, медицинских, художественных и гендерных экспериментов, сродни той мистической одержимости, с которой бальзамировщики Древнего Египта колдовали над телом умершего фараона. М. Фуко, изучавший этику удовольствий и причины ее трансформации, отмечал, что главным критерием «заботы о себе» по-прежнему является умение индивида властвовать над собой, но «эта власть отныне

распространяется на опыт, в соответствии с которым отношение к себе принимает форму не просто владения, но радости, не ведающей надежд и тревог» [16, с. 77].

Экстремальной, но от этого не менее популярной формой демонстрации обладания знаками счастья является расточительство, и ювелирные изделия в части обслуживания такого рода спроса – вне конкуренции. Сам факт траты, дорогой покупки (безотносительно приобретаемого предмета) рождает у потребителя психологическую уверенность и глубокое удовлетворение, близкое к религиозному чувству: в системе потребления обладание вещами (не обязательно дорогими и роскошными), по мнению Ж. Бодрийера, эквивалентно спасению [15, с. 49]. Безудержная фетишизация жизненного пространства идет рука об руку с шопоманией, которая давно квалифицируется не как девиация, а как норма. Безделушка, порой совсем не дешевая, способна вызвать у потребителя такой же безотчетный восторг, какой когда-то производили на диких обитателей удаленных островов стеклянные бусы в руках алчного мореплавателя-европейца. Важно отметить, что желание приобрести какую-либо вещь определяется не свободным выбором покупателя, а самой системой производства: именно оно формирует пресловутые потребности субъекта.

Производители ювелирной продукции чутко реагируют на изменения в структуре, психологии и семантике потребления. Еще один парадокс потребления: сегодня на повестке дня – явное стремление субъекта к персонализации, порой перерастающее в нарциссичное самоупоение, в желание чем-то эпатировать публику, выделиться из толпы любыми средствами; однако этот тотальный разворот к индивидуализации в итоге приобретает характер коллективного акта, формирует единый для всех поведенческий кодекс, усредняет и нивелирует человека. Потребление – род социальной муштры, когда человек, какой бы яркой индивидуальностью он себя ни ощущал, вынужден вместе со всеми стоять на плацу, слушать чужие приказы и неукоснительно их выполнять.

В борьбе за потребителя, чтобы помочь ему не отстать от запросов времени, выразить и подчеркнуть свою индивидуальность, многие ювелирные бренды стали создавать изделия с использованием новых материалов, ценность которых более эстетическая, чем материальная [17, 18]. Если прежде выбор материала диктовался по преимуществу стремлением к функциональности и упорядочиванию, то сегодня ставка делается на воображение и фантазийное

формо- и образотворчество. Шарль Бодлер в заметках о художественном салоне 1859 г., проходившем в Елисейском дворце, писал: «Недооценка роли воображения, презрительное неприятие всего подлинно великого, любовь, – нет, это слишком высокое слово – интерес исключительно к ремесленной стороне искусства, – вот, как мне кажется, основные причины снижения творческого уровня художника» [19, с. 673]. Впрочем, тот же Бодлер утверждал, что «воображение, не опирающееся на мастерство, сродни безумию» [19, с. 674]. К сожалению, в третьем десятилетии XXI века у публики нередко появляется повод вспомнить это суждение знаменитого французского поэта. Понятно, что творческое воображение не сродни созданию фиктивных и заведомо симулятивных образов, на создание которых сегодня брошены значительные силы [20].

Перечень новых материалов, используемых в украшениях, очень широк. Это не только вновь синтезированные, но и материалы природного происхождения, а также материалы, полученные в результате вторичной переработки, предметы и отходы, превращающиеся в изделия или в их части, и многое другое. Подробному анализу их генезиса и применения посвящены некоторые публикации [21, 22].

Украшения и социокультурная среда.

Социокультурные процессы в обществе зависят от множества взаимодействующих между собой факторов: уровня образованности и информированности населения, его возраста, национальных традиций и их влияния на общество, степени урбанизированности, информационного и технологического развития, политических и экономических кризисов, уровня доходов населения, войн, эпидемий и многого другого [23]. Эти процессы обеспечивают культурные и эстетические приоритеты населения, в том числе влияют на дизайн украшений, на возрастающий или падающий интерес к дорогим или дешевым ювелирным изделиям, различного рода бижутерии. И проследить генезис формирования модных течений в ювелирном искусстве не всегда представляется возможным.

Можно выделить несколько причин вовлечения новых нетрадиционных и нестандартных материалов в круг использования в ювелирных украшениях.

1. Ведущие ювелирные бренды и торговые марки в стремлении остаться на плаву в сложной экономической ситуации ищут новые дизайн-приемы, привлекающие покупателей. Использование новых материалов позволяет отчасти решить эту проблему и в определен-

ной степени уменьшить стоимость украшений. Заметим, что креативные дизайнерские решения и применение нестандартных материалов в большей степени мотивированы не стремлением к «демократизации» продукции, а скорее, поиском новых стимулов для сохранения и расширения респектабельной, платежеспособной клиентской базы. Говоря словами Ж. Бодрийера, «именно на базе роскоши потребляется утраченная простота» [15, с. 125]. В силу этого брендовое ожерелье из бутылоч-

ных пробок может стоить не меньше аналогичного изделия из драгоценного металла. Нетрадиционные материалы нередко выполняют функции конструкционных, например, являются основой колец из керамики, дерева, алюминия, титана или других материалов (рис. 1); могут придавать декоративность, оттеняя драгоценные материалы (окрашенный титан и алюминий, пластмасса, бумага и др.) вставками или элементами украшений (рис. 2).



Рис. 1. Кольца с основой из различных нетрадиционных материалов:

- а* – из керамики с красным золотом и бриллиантами от *SOKOLOV*;
- б* – из древесины венге с балтийским янтарем и вставкой из граба и акации «Индонезия» от *Amberholl*;
- в* – из алюминия с золотом и бриллиантом от *Hemmerle*; *г* – из титана с подвижным черным бриллиантом от *Messika* (из открытых источников)



Рис. 2. Ювелирные украшения с нетрадиционными материалами:

- а* – серьги «Взмах» (серебро, акрил, цветная бумага) от Натальи и Татьяны Тарасовых;
- б* – серьги из коллекции *Unique* (титан, белое золото, белые бриллианты, сапфиры, белый жемчуг) от *Lancon*;
- в* – серьги (золото, подложка из анодированного алюминия, рубины и шпинель) от *EPIC Contemporary Art Jewellery*;
- г* – колье (голографический горный хрусталь, золото и бриллианты) от *Boucheron* (из открытых источников)

2. Возможность освободиться от старых конструктивистских клише, ощутить простор для неожиданного творческого маневра. Для современного искусства характерен поиск образов-конstellаций, синкретично соединяющих в себе черты, присущие различным эпохам, художественным и религиозным направлениям, традициям, школам. Миссия художника видится в преодолении смысловой раздробленности мира. Потому главным признаком искусства становится контекстуальность – нацеленность на выявление внутренних связей предметов и явлений, лишенная директивной заданности.

3. Пандемийная изоляция населения, удаленный режим работы пробудили стремление заполнить уменьшившуюся нишу социальных

контактов. Это породило желание некоторых людей к самовыражению, к изготовлению недорогих украшений из неювелирных, легко доступных материалов вручную (*handmade*) для себя и своих близких, что вызвало всплеск интереса к такого рода изделиям и сформировало моду на них (рис. 3).

Этому способствует развитие информационного пространства, медийных ресурсов и цифровых технологий, а также разрастание *pro-am* среды, стирающей грани между любителем и профессионалом. Пандемийное «сидение» активировало пробуждение авторского Я, неожиданно выступило стимулом для реализации творческой рефлексии субъекта. Заметим, что сама мода, в том числе на ювелирные артефак-

ты, сродни пандемийным процессам: защититься от нее получается не всегда, даже при соблюдении необходимых мер предосторожности.

4. Ювелирные бренды обслуживают валобразно растущий спрос на *новизну*. У этого процесса есть неприглядная изнанка – появление ряда «модных» дизайнеров и псевдобрендов, которые в стремлении заявить о себе и ворваться на рынок ювелирных украшений и бижутерии стараются эпатировать публику экстравагантными дизайнерскими решениями и формами с использованием самых необычных материалов (рис. 4). Эта тенденция – стремление всеми доступными средствами пробиться к славе, узна-

ваемости, богатству – в последние годы набирает силу, что во многом конгениально так называемому современному искусству, самочинно объявившему себя передовой и здоровой альтернативой «обветшалым» классическим, традиционным художественным формам. Ироничное отношение к классике возможно, но оно не должно перерасти в глумливые и самоцельно обличительные формы. Если говорить о современном ювелирном искусстве, то в общем бурном потоке новых дизайнерских идей бывает трудно, а порой и невозможно разглядеть действительно талантливые и достойные внимания изделия.

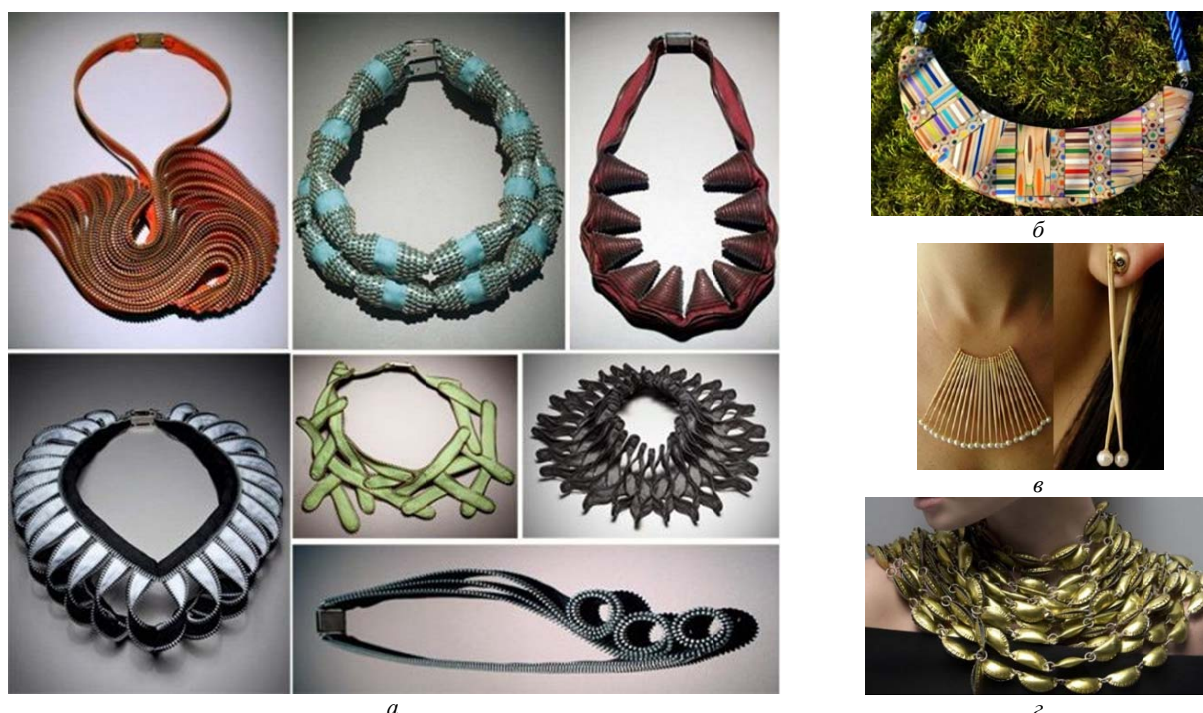


Рис. 3. Украшения *handmade* из доступных неювелирных материалов:
а – из застежек-молний от *Kate Cusack*; *б* – из цветных карандашей от *Maria Cristina Bellucci*;
в – из зубочисток от *Mana Bernardes*; *г* – из бутылочных крышек от *Yoav Kotik* [24]



Рис. 4. Украшения в стиле авангард:
а – браслет из полиамида, выращенный по 3D-технологии от Евгении Балашовой;
б – серьги из полиамида от Ксении Загайновой; *в* – комплект из полимеров; *г* – серьги от *Schiaparelli*;
д – дерево и кристаллы *Swarovski* в коллекции украшений от *Stephanie Bila* (из открытых источников)

Заметим, что ювелирные изделия из нетрадиционных и нестандартных материалов столь

же подвержены риску приобрести китчевое звучание, сколь и предметы из драгоценных метал-

лов: претенциозность уравнивает в правах и возможностях и «новорусскую» золотую цепь, и кольцо из деревянных зубочисток.

ВЫВОДЫ

Поиск креативных решений в современном ювелирном искусстве связан не только с технологическими преимуществами эпохи, но и с ее социокультурными основаниями, ментальными особенностями. Нетривиальные и неожиданные дизайнерские ходы объясняются не только экспериментаторским азартом и физическими достоинствами используемых нетрадиционных и нестандартных материалов, но и факторами социального бытия: изменением структуры потребления, нюансами его психологии и семиотики, трансформацией гендерных представлений и эстетических приоритетов человека. Человек окончательно переселился в гомогенную вселенную вещей, формирующих естественную и привычную среду обитания. Функциональность уступает место субстанциональности, выводя на первый план символические и эстетические качества продукта потребления.

Культуру постмодерна отличает диффузное единство искусства и техники (технологий), искусства и экономики, маркетинга, что отчетливо проявляется в современном производстве ювелирных украшений. Оно обслуживает все возрастающий спрос на новации, на то, что подчеркивает и выявляет индивидуальность – даже если эта цель достигается эпатажными средствами. Выбор материала для изготовления ювелирного изделия сегодня нередко определяется фантазийным образотворчеством и рискованными экспериментами с формой. Впрочем, ювелирные бренды не только живо откликаются на потребности публики, они сами формируют спрос, закладывают модные тенденции, органичные современной интерпретации «культуры себя», основывающейся на гипертрофированном интересе субъекта к своему телу и полу.

Среди главных художественных приоритетов сегодня – синтетизм и плюрализм, многозначность и поливариантность. В силу этого ювелирное производство оказалось весьма удобной площадкой для реализации интегрирующей и коммуникативной роли искусства.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Козловски П. Культура постмодерна: общественно-культурные последствия технического развития : пер. с нем. М. : Республика, 1997. 240 с.
2. Украшения // Толковый словарь Дмитриева. Словари и энциклопедии на «Академике» : интернет-сервис. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev> (дата обращения: 08.08.2024).
3. Штернберг Л. Я. Украшения // Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Эфрона. СПб., 1902. Т. 34А(68). С. 638–642.
4. Гамзатова П. Р. Русское ювелирное искусство 1980–2000-х годов: Чувства, переживания, фантазии человека. От рок-культуры до эмоциональной усталости. М. : ЛЕНАНД, 2023. 200 с.
5. Лурия А. Р. К психоанализу костюма // Психологическое наследие : избранные труды по общей психологии / под ред. Ж. М. Глоzman, Д. А. Леонтьева, Е. Г. Радковской. М., 2003. С. 37–48.
6. Галанин С. И., Ишутина А. Н. Факторальная доминанта в выборе материалов художественных изделий тропической Африки // XVIII Всерос. науч.-практ. конф. и смотр-конкурс творческих работ студентов, аспирантов и преподавателей по направлению ТХОМ. 12–15 октября 2015 г. : сб. тр. / под ред. С. И. Галанина. Кострома : Изд-во КГТУ, 2016. С. 505–512.
7. Беркович М. И., Галанин С. И. Ювелирное производство в России // ЭКО. 2009. № 7. С. 80–95.
8. Галанин С. И., Шорохов С. А. Проблемы российской ювелирной отрасли // Вестник РАЕН. 2011. № 2. С. 85–90.
9. Галанин С. И., Колупаев К. Н. Дизайн и технология ювелирных изделий: российские особенности // Дизайн. Материалы. Технология. 2011. № 2(17). С. 60–63.
10. Галанин С. И., Колупаев К. Н. Проблемы дизайна отечественных ювелирных изделий // Дизайн. Теория и практика. Вып. 6. 2011. С. 62–70.
11. Галанин С. И. Влияние социокультурной среды на формирование рынка ювелирных изделий и бижутерии // Костромской гуманитарный вестник. 2014. № 1(7). С. 74–77.
12. Галанин С. И., Колупаев К. Н. Особенности создания современных ювелирно-художественных изделий : монография. Кострома : Костромской государственный университет, 2023. 173 с. 1 CD-ROM.
13. Колупаев К. Н. Новые направления в дизайне ювелирных изделий как следствие применения новых материалов и технологий // Технологии и качество. 2023. № 3(61). С. 44–50.
14. Галанин С. И., Колупаев К. Н. Дизайн, материалы и технология – три составных части ювелирных украшений // Дизайн и технологии. 2022. № 87(129). С. 13–23.
15. Бодрийяр Ж. Общество потребления : пер. с фр. М. : АСТ, 2022. 320 с.

16. Фуко М. История сексуальности – III: забота о себе : пер. с фр. Киев : Дух и литера ; М. : Грунт ; Refl-book, 1998. 282 с.
17. Галанин С. И., Доберштейн В. Ю., Колупаев К. Н. Особенности дизайна ювелирных изделий в условиях создания бренда, брендинга и брендинга // Труды Академии технической эстетики и дизайна. 2017. № 1. С. 12–19.
18. Галанин С. И., Рыбакова И. В., Колупаев К. Н. Особенности российских ювелирных брендов // Технологии и качество. 2023. № 3(61). С. 34–43.
19. Бодлер Ш. Цветы зла. Обломки. Парижский сплин. Искусственный рай. Эссе. Дневники. Статьи об искусстве : пер. с фр. М. : РИПОЛ КЛАССИК, 1997. 960 с.
20. Максименко А. А., Зябликов А. В., Вахрушева А. В. Удалить нельзя оставить: цифровая симуляция в онлайн-диалоге власти и общества // Цифровые технологии и право : сб. тр. II Междунар. науч.-практ. конф. В 6 т. Т. 4. Казань : Познание, 2023. С. 269–272.
21. Галанин С. И., Романов А. А. Нетрадиционные металлы и сплавы в ювелирных изделиях // Технология художественной обработки материалов : материалы XXVI Всерос. науч.-практ. конф. Ростов на/Д, 2024. С. 45–49.
22. Галанин С. И., Романов А. А. Нетрадиционные и нестандартные материалы в ювелирных украшениях: история и современность // Технологии и качество. 2024. № 1(63). С. 45–51.
23. Зябликов А. В. Всё начинается с культуры // Костромской гуманитарный вестник. 2011. № 1(1). С. 3–4.
24. Удивительные украшения из необычных материалов // Ярмарка мастеров : офиц. сайт. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/2464353-udivitelnye-ukrasheniya-iz-neobychnyh-materialov> (дата обращения: 08.08.2024).

REFERENCES

1. Kozłowski P. Postmodern Culture: Social and Cultural Consequences of Technological Development. Per. from German. Moscow, Respublica Publ., 1997. 240 p. (In Russ.)
2. Jewelry. URL : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev> (accessed 08.08.2024). (In Russ.)
3. Sternberg L. Ya. Jewelry. Encyclopedic Dictionary of F. A. Brockhaus and I. A. Efron. Saint Petersburg, 1902;34A(68):638–642. (In Russ.)
4. Gamzatova P. R. Russian jewelry art of 1980–2000s. Feelings, Experiences, Human Fantasies. From rock-culture to emotional fatigue. Moscow, LENAND Publ., 2023. 200 p. (In Russ.)
5. Luria A. R., ed. by J. M. Glozman, D. A. Leontiev, E. G. Radkovskaya. To the psychoanalysis of costume. Psychological heritage: Selected works on general psychology. Moscow, 2003. С. 37–48. (In Russ.)
6. Galanin S. I., Ishutina A. N. Factorial dominance in the choice of materials of artistic products of tropical Africa. XVIII All-Russian Scientific and Technical Conference and Review-Competition of creative works of students, graduate students and teachers in the direction of THOM October 12–15, 2015. Kostroma, Kostrom. St. Technol. Univ. Publ., 2016. P. 505–512. (In Russ.)
7. Berkovich M. I., Galanin S. I. Jewelry production in Russia. *EKO* [ECO]. 2009;7(421):80–95. (In Russ.)
8. Galanin S. I., Shorokhov S. A. Problems of the Russian jewelry industry. *Vestnik RAEN* [Bulletin of the Russian Academy of Natural Sciences]. 2011;2:85–90. (In Russ.)
9. Galanin S. I., Kolupaev K. N. Design and technology of jewelry: Russian peculiarities. *Dizajn. Materialy. Tekhnologiya* [Design. Materials. Technology]. 2011;2(17):60–63. (In Russ.)
10. Galanin S. I., Kolupaev K. N. Domestic jewelry design problems. *Dizajn. Teoriya i praktika* [Design. Theory and practice]. 2011;6:62–70. (In Russ.)
11. Galanin S. I. Influence of socio-cultural environment on the formation of the market of jewelry and bijouterie. *Kostromskoj gumanitarnyj vestnik* [Kostroma Humanitarian Bulletin]. 2014;1(7):74–77. (In Russ.)
12. Galanin S. I., Kolupaev K. N. Features of the creation of modern jewelry and art products. Kostroma, Kostrom. St. Univ. Publ., 2023. 173 p. 1 CD-ROM. (In Russ.)
13. Kolupaev K. N. New trends in jewellery design as a consequence of the use of new materials and technologies. *Tekhnologii i kachestvo* [Technologies & Quality]. 2023;3(61):44–50. (In Russ.)
14. Galanin S. I., Kolupaev K. N. Design, materials and technology – three components of jewelry. *Dizajn i tekhnologii* [Design and Technology]. 2022;87(129):13–23. (In Russ.)
15. Baudrillard J. Consumer Society. Per. from French. Moscow, AST Publ., 2022. 320 p. (In Russ.)
16. Foucault M. History of Sexuality-III: Care of Self. Per. s franc. Kiev, Dukh i litera Publ.; Moscow, Grunt, Refl-book, 1998. 288 p. (In Russ.)

17. Galanin S. I., Kolupaev K. N., Dobershtejn V. Yu. The features of jewelry design in the context of brand creation, branding and branding development. *Trudy Akademii tekhnicheskoy estetiki i dizajna* [Proceedings of the Academy of Technical Aesthetics and Design]. 2017;1:12–19. (In Russ.)
18. Galanin S. I., Rybakova I. V., Kolupaev K. N. Peculiarities of Russian jewellery brands. *Tekhnologii i kachestvo* [Technologies & Quality]. 2023;3(61):34–43. (In Russ.)
19. Baudelaire C. Flowers of evil. Debris. Parisian spleen. Artificial paradise. Essays. Diaries. Articles about art. Translated from French. Moscow, RIPOL CLASSIC Publ., 1997. 960 p. (In Russ.)
20. Maximenko A. A., Zyablikov A. V., Vakhrusheva A. V. Delete cannot be left: digital simulation in the online dialog of power and society. *Cifrovye tekhnologii i pravo* [Digital Technologies and Law] : collection of the II International Scientific and Practical Conference. In 6 vols. Vol. 4. Kazan, Poznanie Publ., 2023. P. 269–272. (In Russ.)
21. Galanin S. I., Romanov A. A. Non-traditional metals and alloys in jewelry. *Tekhnologiya hudozhestvennoj obrabotki materialov* [Technology of artistic processing of materials]. Materials of the XXVI All-Russian Scientific and Practical Conference. Rostov-on-Don, 2024. P. 45–49. (In Russ.)
22. Galanin S. I., Romanov A. A. Non-traditional and non-standard materials in jewellery: history and modernity. *Tekhnologii i kachestvo* [Technologies & Quality]. 2024;1(63):45–51. (In Russ.)
23. Zyablikov A. B. Everything begins with culture. *Kostromskoj gumanitarnyj vestnik* [Kostroma Humanitarian Bulletin]. 2011;1(1):3–4. (In Russ.)
24. Amazing jewelry made of unusual materials. Fair of Craftsmen : off. website URL : <https://www.livemaster.ru/topic/2464353-udivitelnye-ukrasheniya-iz-neobychnyh-materialov> (accessed 08.08.2024). (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 02.12.2024
Принята к публикации 09.02.2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

С. И. Галанин, доктор технических наук, профессор
А. В. Зябликов, доктор исторических наук, доцент