

ЗРИТЕЛЬНЫЕ ИЛЛЮЗИИ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ

Еременко И. И., ст. преподаватель кафедры художественного моделирования ткани и одежды

Харьковская государственная академия дизайна и искусств

Аннотация. В статье анализируются зрительные иллюзии, которые влияют на восприятие костюма, и изучаются особенности использования в проектировании современной одежды.

Ключевые слова: дизайн одежды, зрительные иллюзии, особенности восприятия.

Анотація. Єрьоменко І. І. Зорові ілюзії в дизайні одягу: використання і особливості сприйняття. У статті аналізуються зорові ілюзії, які впливають на сприйняття костюма, і вивчаються особливості використання в проектуванні сучасного одягу.

Ключові слова: дизайн одягу, зорові ілюзії, особливості сприйняття.

Annotation. Eremenko I. I. Visual illusions in design of clothes: use and features of perception. Visual illusions which influence on perception of suit are analyzed in the article, and the features of the use in planning of modern clothes are studied.

Keywords: design of clothes, visual illusions, features of perception.

*Чьи одеяния великолепны, того и слова весомы, но кто
Бедно одет, словам того не придают значения.*

Ахикар Ассирия VIII-VII вв. до н.э.

Постановка проблемы. Являясь частью материально-предметной культуры общества, дизайн воздействует на сознание людей и их эстетические вкусы, поэтому большое значение в дизайне отводится композиционно-художественным качествам проектируемых объектов. В историческом процессе развития дизайна постоянно идет поиск средств, способствующих созданию гармонической формы, предметной среды, человека и, наконец, общества.

Дизайн одежды особенный вид дизайна. Создавая костюм, мы создаем не только материальную оболочку для человека, а проектируем его самого в определенном образе и предлагаем ему конкретную поведенческую роль. В последние годы возросло значение проектно-художественной деятельности в области дизайна одежды и в Украине. Появились отечественные бренды, стали традиционными сезонные показы моды. Проектированием одежды занимаются

дизайнеры с профессиональной подготовкой, главной задачей которых стал поиск нового художественного образа костюма через форму, силуэт, цвет, декор. В современных условиях требуется специалист, ориентированный на эксперимент, сознательно ставящий перед собой определенные формообразующие задачи при проектировании одежды и способный с помощью самых разнообразных методов решать эти задачи.

Зрительные иллюзии в данном процессе необходимо рассматривать как неотъемлемое композиционное средство. Изучение и систематизация зрительных иллюзий, используемых в современном дизайне одежды, позволит улучшить качественный уровень подготовки дизайнеров одежды.

Анализ последних исследований. Зрительные иллюзии в дизайне одежды, как правило, используют для приближения реальных размеров фигуры к идеальным. Иллюзии, или «зрительный обман», начали использовать в одежде очень давно. В истории костюма много тому примеров: талию «делали» узкой расширяя юбки, «удлиняли» ноги за счет завышенной линии талии, создавали иллюзию маленькой головы огромным воротником «фреза».

Исследованию оптических иллюзий посвящена обширная научная литература. Начало этим исследованиям было положено в 20-е годы XX столетия немецкими психологами (так называемая гештальтпсихология). В России в 1934 году вышла книга С. Н. Беляевой-Экземплярской «Моделирование одежды по законам зрительного восприятия», в которой был дан обзор оптико-геометрических иллюзий и изложены интересные идеи их применения в одежде. Вопросом зрительных иллюзий в костюме занимались многие дизайнеры, теоретики моды и искусствоведы: Горина Г. С., Пармон Ф. М., Ермилова В. В., Ермилова Д. Ю., Гусейнов Г. М., Петушкова Г. И. и др. Сейчас законы композиции дизайнерских объектов (в данном случае одежда) хорошо изучены. Много места отведено зрительным иллюзиям как средствам композиции. Ермилова В. В. выделяет два пути использования зрительных иллюзий. Первый – создание иллюзий в одежде. Фигура остается неизменной со своими недостатками с точки зрения моды определенного отрезка времени, а изменяется зрительный образ при помощи приемов зрительных иллюзий: подчеркиваются вертикали любыми средствами моделирования для придания фигуре стройности, используются клетчатые и полосатые ткани, особое внимание отводится моделированию воротников и выреза горловины и т. д. Второй путь использования зрительных иллюзий – создание модельной одежды в стиле «оп арт», который требует геометрически точных сопряжений линий, полосок, клеток, а также превращения плоскости ткани в иллюзорное объемное пространство. [6].

Существуют и другие приемы использования зрительных иллюзий в дизайне одежды, которые на данный момент не достаточно изучены. Это использование зрительных иллюзий как отвлекающий момент от недостатков фигуры или создание выразительного образа костюма независимо от его носителя. В связи с поставленными новыми задачами перед дизайнером одежды, зрительные

иллюзии нужно рассматривать более обширно, связывая их с такими средствами композиции, как форма, членения, симметрия, ритм, композиционный центр и др. В тоже время нужно понимать, что зрительные иллюзии это не только средство используемых композиционных приемов, а и следствие оптического восприятия. Функциональное использование зрительных иллюзий не однозначно. Феномен иллюзорного восприятия в одежде необходим не только как фактор улучшения фигуры, но и как обязательное и неотъемлемое средство для создания эстетически значимого и выразительного художественного образа костюма.

Результаты исследований. Иллюзии (от лат. *illusion* – обман) – искаженное восприятие действительности, обман восприятия [9, с. 265]. Иллюзии оптические – ошибка зрительного восприятия объектов: их цвета, величины, формы, удаленности и др. «Жизнь представляет собой неустанный процесс приема, обработки и оценки информации, получаемой из окружающей среды. Среди всех сенсорных систем зрительная система наиболее информативная. По подсчетам, около 90% всей информации об окружающей среде человек получает благодаря зрению. Оно обеспечивает восприятие разных предметов и их свойства: цвет, форму, величину, взаимное расположение в пространстве, графические сигналы (буквы, цифры, рисунки)» [8, с. 172]. Наше зрение не несет объективной информации о реальных характеристиках и качествах конкретного предмета. То есть оптический эффект восприятия заставляет нас обманываться, не дает реальной оценки объекта. Сложные цветовые сочетания не воспринимаются глазом объективно, отсюда возникновение зрительных цветовых иллюзий. Существует и иллюзия оценки пространства: расстояние, глубина пространства оценивается по ряду признаков: изображение ближе расположенных предметов частично накладывается на изображение находящихся за ними. С отдалением предметов от глаза уменьшаются их размеры, рельефность их формы, разница теней на поверхности, насыщенность цветов [11, с. 281]. Восприятие изображения объекта зависит от фона, на котором он находится. На формирование зрительного образа и зрительных иллюзий влияет на характер изображения объектов.

Зрительные иллюзии восприятия формы предметов, пространства и предметов в пространстве возникают на психологическом уровне переосмысления действительности в головном мозге. В зависимости от причин, вызывающих те или иные зрительные иллюзии, различают три вида:

- физические, обусловленные отражением или преломлением лучей, вследствие чего предмет воспринимается не в том месте, где он действительно находится;

- физиологические, зависящие от устройства нашего глаза, обнаруживающего разную чувствительность для разных мест зрительного поля;

- психологические, к которым относятся восприятие смысла целой фигуры, направление внимания, влияние прошлого опыта, понимание перспективы.

Прямое отношение к костюму имеют второй и третий виды иллюзий, которые связаны именно с восприятием цвета, направления линий, углов,

размеров, форм, площадей, переоценки расстояний и т. д. Как правило, мы распознаем окружающие нас предметы и события легко и быстро. Поэтому может создаться впечатление, что эти операции распознавания просты. На самом деле, инженерный опыт говорит о том, что это далеко не так. Пока нет технических средств, способных распознавать символы и звуки окружающей среды в той мере, которая присуща человеку. Чтобы понять механизмы человеческого восприятия, необходимо выявить ряд общих принципов, каким образом мы распознаем объекты.

Самый простой из всех возможных способов распознавания образов – сравнение с эталоном. Чтобы реализовать этот способ, необходимо иметь шаблон – эталон для каждого из образов, которые надо определить. Сам процесс распознавания осуществляется путем сравнения внешнего сигнала – раздражителя с набором внутренних эталонов. Нахождение эталона, который лучше других соответствует сигналу, означает «опознание». Сравнение с эталоном – наиболее простая схема распознавания, но в то же время самая ненадежная (не хватает эталонов, разнообразия, нет вариантности образов). [5, с. 130].

Зрительное восприятие человека в одежде сводится к сравнению с эталоном стереотипа эстетического идеала. Эстетический идеал красоты – стереотип красивой фигуры – стремление и возможность костюмом изменить фигуру. Большинство обозревателей и историков моды признают, что одежда испытывает влияние искусства и визуальной культуры и сама влияет на тенденции их развития. Именно под влиянием общепринятых эстетических установок формировался женский и мужской силуэты, образы, представления об идеальных телесных формах и форме одежды. Прежде чем принять то или иное модное веяние, человек конструирует образы, связанные с оформлением своей внешности, самочувствием, реакцией других людей. Эти образы, как и любое другое представление, схематичны, но максимально соответствуют идеальному образу, который представлен как цель.

Именно этот процесс, затрагивающий каждого субъекта в отдельности и общество в целом, выдвигает зрительные иллюзии на роль главного средства в визуальном изменении восприятия реальности. В данном случае зрительные иллюзии можно рассматривать как главное средство композиции костюма, конечная цель которого визуально изменить субъект или дать «приукрашенную», «ложную» информацию о нем. Так, например, ношение яркой одежды создает впечатление дороговизны, а значит, материального благополучия человека. Но не всегда, а лишь в ситуациях формирования первого впечатления, быстрой передачи информации о субъекте, когда другие источники информации отсутствуют, превращаясь в своего рода носителя некоего идеального содержания. Дизайнер одежды, действуя в определенных обстоятельствах, предполагающих привлечение внимания и позитивной реакции окружающих к конкретной личности, использует возможность визуального изменения некоторых деталей внешнего облика носителя костюма для создания

оптимального представления о нем. Дизайнер, используя особенности зрительного восприятия костюма как свойство, а зрительные иллюзии как средство, «лепит» нормативный образ для конкретной социальной системы. Эта нормативность утверждает, дополняет и развивает эстетический идеал. В таком контексте целью работы дизайнера одежды можно обозначить преодоление противоречий между внешним обликом человека и эстетическим идеалом данного времени. А главным средством в этой работе можно выделить зрительные иллюзии, которые являются причиной «ложного» зрительного восприятия костюма и его носителя.

Можно выделить четыре направления использования зрительных иллюзий в дизайне одежды:

- зрительное исправление недостатков фигуры;
- отвлечение внимания от недостатка, путем подчеркивания достоинств;
- внесение в костюм «яркого» акцента, который нивелирует носителя одежды;
- создание выразительного художественного образа костюма.

Анализируя модели Пьера Кардена, отметим, что, увеличивая объем одной детали костюма, акцентируя внимание выразительным дополнением или отделкой, автор создает вызывающе экстравагантный образ, отбрасывая на второй план фигуру, ее достоинства и недостатки (рис. 1).



Рис. 1. Из коллекции Пьера Кардена.

На примере студенческих работ 1 курса специализации «Художественное моделирования одежды» Харьковской государственной академии дизайна и искусств рассмотрим некоторые варианты использования зрительных иллюзий в проектировании костюма:

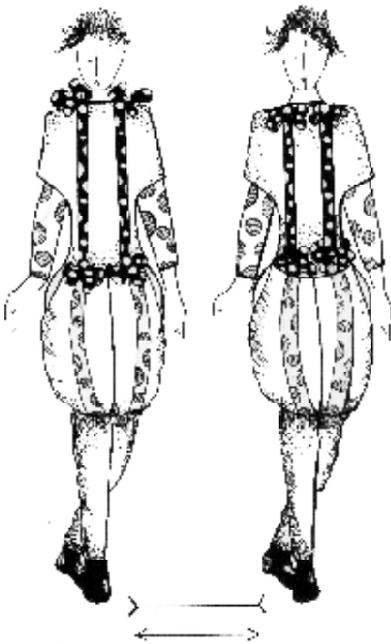


Рис.2

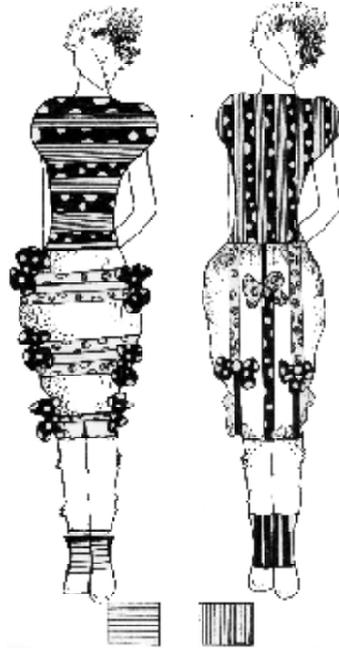


Рис.3

Использование иллюзии Мюллера – Лайера (рис. 2): зрительное изменение восприятия длины торсовой части фигуры. Создается впечатление разного роста и стройности фигуры. Существенную роль играет фактура и тон используемых материалов, и рисунок на ткани. В данном случае «горох» служит смягчающим и отвлекающим элементом в восприятии эффекта от используемой зрительной иллюзии. Используемые большие декоративные банты, одинаковые по размеру и форме, воспринимаются по-разному, в первом случае они за силуэтной формой костюма, а в другом – находятся в ней.

Использование иллюзии увеличения фигуры (рис. 3): заполнение силуэтной формы поперечными и вертикальными линиями с добавлением декоративных акцентов в виде крупных бантов дает возможность визуально изменить фигуру, сделать ее шире или уже. При этом важно, какой ширины полоса, какой она фактуры, цвета и какой ритм повтора.

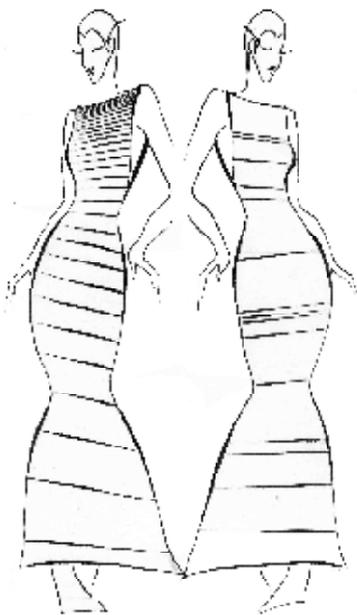


Рис. 4

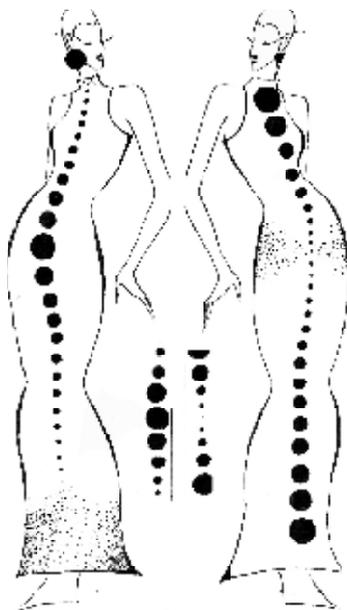


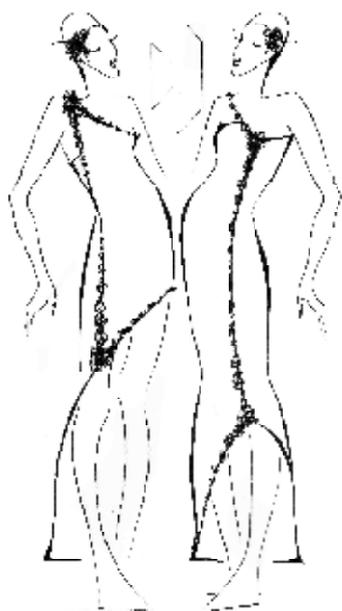
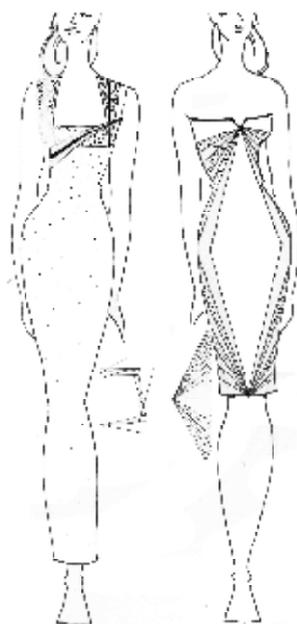
Рис. 5

Использование иллюзии Стори (рис. 4): деление фигуры на плавно увеличивающиеся (уменьшающиеся) интервалы. Можно создать впечатление более высокой и стройной фигуры. При этом, чем контрастнее и чаще ритм повтора полос, тем больше зрительный эффект искажения. Важна также ширина и тональность полос.

Использование иллюзии деформации прямой Липса (рис. 5) (движение кругов вдоль тела) помогает создать впечатление стройности фигуры и выгодно подчеркнуть «нужные» конструктивные пояса. Иллюзия контрастной оценки величины фигуры в зависимости от окружения (разная величина сережек по отношению к лицу), создает впечатление разной величины лица.

Использования иллюзии фигуры Бенусси (рис. 6). В первом случае фигура смотрится короче, чем во втором, потому что выразительное декоративное членение фигуры в первом случае подчеркнуто закрытыми касательными, а во втором касательными открытой формы. Поэтому визуально она читается открытой системой без конкретных ограничений.

Использование иллюзии маскировки фигуры фоном (рис. 7) используют, чтобы, привлекая внимание к акценту в костюме, отвлечь внимание от «проблемных» частей фигуры. Силуэт фигуры, как бы сливается с фоном. При этом именно эта часть фигуры становится менее «прочитанной».

*Рис. 6**Рис. 7**Рис. 8**Рис. 9*

Используя в комбинации иллюзии Шумана, Мюллера-Лайера, переоценки вертикальных линий Отеля и Кундта, можно создать сложное и неоднозначное прочтение художественного образа костюма (рис. 8). Имея в наличии объектом дизайна конкретную фигуру, дизайнер создает совершенно разные по эмоционально-информативному характеру костюмы. Костюмом изменен возрастной и социальный статус носителя. Один образ старше, респектабельнее, романтичнее и женственнее. Второй образ – моложе, раскованнее и на социально-этическом уровне совершенно независим.

На рис. 9 мы можем проанализировать разное восприятие одной и той же фигуры в одном и том же по форме костюме, но с разным фактурным и орнаментальным заполнением силуэта. Рисунок на ткани, а особенно геометрический рисунок – полоса, клетка и любые, регулярно повторяющиеся элементы – организуют, ритмически упорядочивают плоскость. Горизонтальный ритм полос дает ощущение широты, спокойствия, стабильности. Крупная горизонтально направленная полоса создает объем, а мелкая и часто повторяющаяся делает фигуру более легкой и изящной. Поиск разного декоративного решения одной и той же формы (разное направление и рисунок полос) и разумное использование зрительных иллюзий ведет к созданию совершенно разным визуально воспринимаемым костюмам.

Выводы. XXI век – век технического и информационного прогресса, гуманизации всех сфер общественной жизни, век промышленного производства одежды – значительно упрощает внешнее формообразование костюма. Его внутреннее, «духовное» содержание становится сложнее и концентрированное и ассоциируется с эмоциональностью, нравственностью, образной выразительностью. В тоже время, это эпоха массового производства однотипных вещей, которое породило массовое потребление в соответствии с общепринятыми стандартами.

Каждое общество в конкретное время «создает» свой стереотип эстетического идеала современности. И каждый социум этого общества стремиться к этому идеалу. Это стремление обосновано тем, что «мода из способа действий человека с предметами одежды преобразовалась в цель его социальных действий, позволяющих заявить о своих притязаниях на определенную социальную роль» [7, с. 9].

Дизайнер создает эстетический идеал и продумывает систему соответствия ему общей массы населения, тем самым, ставя общество в зависимость от своих услуг. Есть четыре варианта решения проблемы: отказаться от современных модных предложений; скорректировать образ с помощью хирургического вмешательства; прибегнуть к помощи физической нагрузки и голодания; и последний – дизайнерскими приемами скорректировать или скрыть недостатки с помощью оптических иллюзий восприятия формы. Последний способ самый простой, безопасный и доступный. Поэтому знание и умелое использование оптического восприятия действительности важный фактор в дизайне современной одежды для массового потребителя и создания образа современного социума.

Литература:

1. Арнхсим Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: Прогресс, 1974.
2. Беляева-Экземплярская С. Н. Моделирование одежды по законам зрительного восприятия. 1934 (1996).
3. Володин В. А. Современная энциклопедия Аванта. Мода и стиль. – М.: Аванта +, 2002.
4. Горина Г. С. Моделирование формы одежды. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982.
5. Гусейнов Г. М. Композиция костюма. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
6. Ермилова В. В. Моделирование и художественное оформление одежды. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
7. Килошенко М. И. Психология моды. – 2-е изд., испр. – М.: Оникс, 2006.
8. Коршак С. В. Фізика. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003.
9. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Рус. яз., 2003.
10. Лебсак-Клейманс Анна. Освобожденная естественность.// Теория моды. Новое литературное обозрение, выпуск 1. – М.: 2006.

Надійшла до редакції 07.12.2007