ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ КОСТЮМА

Єременко І. І., ст. викладач кафедри художнього моделювання тканин та одягу

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анотація. У статті аналізуються особливості і специфіка сучасного дизайну костюма, а саме, формування і створення виразного художнього образу. Розглядаються питання системного підходу до вивчення і використання складових елементів проектного образу.
Ключові слова: дизайн одягу, художній образ, засоби художньої виразності, дизайн-концепція, сприйняття предмету дизайну.
Аннотация. **Еременко И. И. Особенности формирования художественного образа в современном дизайне костюма.** В статье анализируются особенности и специфика современного дизайна костюма, а именно, формирование и создание выразительного художественного образа. Рассматриваются вопросы системного подхода изучения и использования составных элементов проектного образа.
Ключевые слова: дизайн одежды, художественный образ, средства художественной выразительности, дизайн-концепция, восприятие предмета дизайна.
Annotation. **Eremenko I. I. Features of forming of image in the modern design of suit.** Features and specific of modern design of suit are analyzed in the article, namely design-aspect of forming and creation of expressive image. The questions of approach of the systems are examined to the study and use of component categories of project appearance.
Keywords: design of clothes, image, facilities of artistic expressiveness, design-conception, object and article of design, perception.

Постановка проблеми. Формування на етапі проектування виразного художнього образу костюму набуває сьогодні все більшого значення, бо саме костюм є найбільш інформативним чинником візуального сприйняття людини. Це обумовлено соціально-економічними процесами, науково-технічним прогресом, появою і розвитком інформативних технологій, які принципово змінили темп людського життя, форму і суть життєдіяльності людини. Збільшення числа мегаполісів і постійно зростаюче населення в них виявляють тенденцію до відчуження, втрачання духовності з одного боку і до зменшення спілкування між людьми через брак часу з іншого. Дизайн одягу в аспекті проектної організації середовища, візуально-просторового оточення людини займає одне з перших місць, оскільки жодна людина не в змозі обійтися без продукту цього виду дизайну. У сучасному, постмодерністському суспільстві все більшого значення набуває адаптивна, інформативна і презентативна функції костюму. Дизайн одягу можна розглядати як емоційну адаптацію людини до навколишнього середовища. Ця адаптація відбувається через образ, який є інтегруючою ланкою між людиною і середовищем і який задається дизайнером на етапі проектування. Тому питання створення виразного художнього образу костюма в рамках специфіки сучасного дизайну, аналізу особливостей формування власне образу, впливу особових

© Єременко І. І., 2009

якостей дизайнера на цей процес придбав сьогодні нового актуального звучання. Теоретичне значення питання полягає в системному підході до класифікації засобів образної виразності костюма, в подальшому вивченні впливу дизайнера костюма на суспільство і на формування естетичного ідеалу сучасника. Практичне значення даної тематики може полягати в рекомендаціях щодо створення інформативно-виразного костюма при навчанні молодих дизайнерів одягу.

Зв'язок роботи з важливими науковими або практичними задачами. Стаття написана за темою та матеріалами дисертаційної роботи, відповідно до індивідуального плану.

Аналіз останніх досліджень. Найчастіше образність костюма сучасні вчені розглядають в контексті аналізу історичного костюма (Орлова Л. В., Шевнюк О. Л.), або ж аналізуючи моду субкультур, окремі концептуальні або авангардні колекції відомих Кутюрье (Лагода О. М.). Досліджуючи питання художньої образності костюму, науковці акцентують увагу на специфіці художнього образу костюма. Вона визначається тим, що художній образ дизайн -продукта невід'ємний від реального образу споживача, людини, для якої цей образ розроблений дизайнером. «Художній образ виробів масового виробництва виникає тільки при функціонуванні системи «людина – річ» [1, с. 69]. Головним в прочитанні художнього образу виділяється ідейно-емоційний зміст через форму, лінію, тощо. Один із перших теоретиків костюму Пармон Ф. М. пише, що краса утилітарної речі полягає у відповідності елементів її форми, яка, у свою чергу, визначається співвідношенням між формою і змістом. А ось як оцінює образне значення костюму сучасний науковець Шевнюк О. Л.: «Костюм робить візуально сприятливими майже усі особливості соціуму та його представників. Ціннісні орієнтації, суспільні норми, соціальні стереотипи, професійний статус, життєві ролі, комунікативний досвід, механізми психологічного захисту, особисті домагання, ідеальні прагнення, статеві диференціації, національні традиції – все це передається за допомогою костюма і через створення образів сприйняття організовує взаємодії між людьми» [2, с. 11]. Початок системного аналізу взаємодії дизайн-предметів і сприйняття їх людиною поклали такі учені, як Бандорін В. Г., Елінер І. Г. Вони акцентують увагу саме на емоційно-психологічну якість сприйняття предметів дизайна масового виготовлення, а не на функціонально-утилітарну. Але на наш час відсутня інформація щодо проблематики створення виразного образу костюму масового споживання, також відсутній систематизований аналіз закономірностей процесу формоутворення художнього образу костюму.

Мета даної статті полягає в тому, щоб з'ясувати особливості структурного формоутворення виразного художнього образу костюма саме на етапі проектної розробки, орієнтованої на масове виробництво з урахуванням сучасного рівня розвитку суспільства. З вище сказаного витікають наступні задачі: визначити природу взаємодії споживача і предметів – дизайну (зокрема костюма), систематизувати елементи формоутворення образу костюма

та знайти структурний взаємозв'язок засобів художньої виразності на етапі проектування, з'ясувати можливість існування еталону художнього образу і критеріїв оцінки образності, визначити ступінь залежності особистих характеристик дизайнера на створення художнього образу костюма.

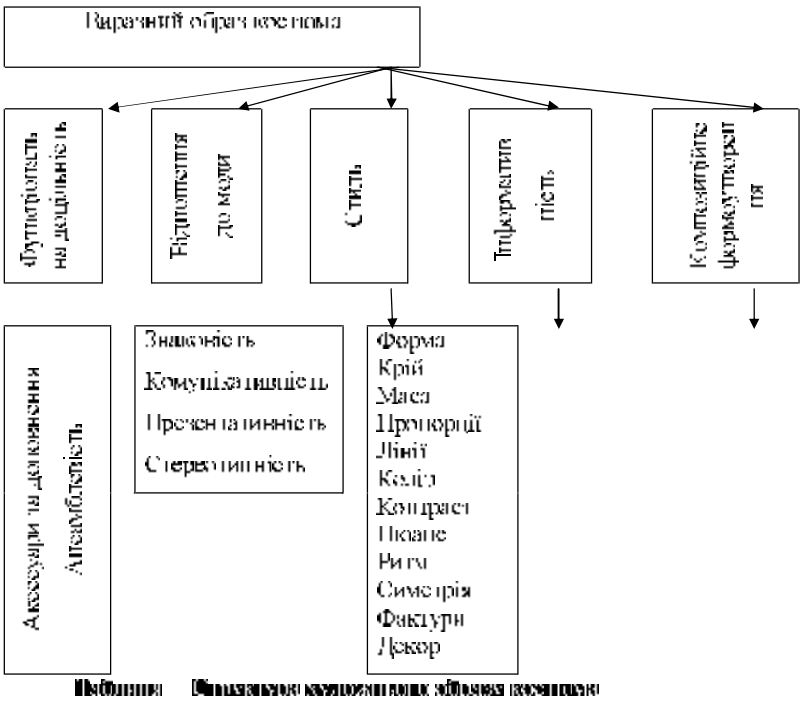
Основні результати. Естетичний ракурс сприйняття навколишнього світу дозволяє дизайнерові побачити і оцінити його з погляду дії на емоційно-психологічну природу людини. Взаємодія і взаємовплив навколишнього середовища на людину очевидні. Людина постійно знаходитися в оточенні штучного середовища та дизайн-продуктів. Все це зовнішнє середовище з його складовими регулює внутрішній емоційно-психологічний стан людини через емоційне сприйняття цього навколишнього світу. Так повноцінність існування асоціюється в сприйнятті, перш за все з позитивним емоційним настроєм. Естетична цінність або доцільність також може бути причиною позитивного емоційно-психологічного стану людини. Естетична цінність – це особливе значення об'єкту, що виявляється людиною в ситуації естетичного сприйняття, емоційного, плотського переживання і оцінки ступеня відповідності об'єкту естетичному ідеалу суб'єкта. Естетична цінність костюму має свою специфіку, в даному випадку сприйняття костюму без носія не можливе, отже і оцінка предмету дизайну (костюму) відбувається у сукупності з носієм костюму. Цей феномен обумовлений специфікою дизайну костюма, який полягає в антропоцентризмі. Людина знаходиться безпосередньо у середині об'єкту, і сама стає часткою цього об'єкту. Без носія костюма – людини, костюм не є дизайн-об'єктом. Звідси і складність формування образу і його виразності. У образотворчому мистецтві образ достатньо візуальний та конкретний, має конкретні емоційні і психологічні якості. У об'єктах дизайну (за винятком костюма), архітектури та прикладного мистецтва образ не образотворчій і достатньо умовний. Інакша справа з художнім образом костюма. Віртуальний проектний образ костюма, як би накладається на реальний образ людини, змінюючи саму людину, його інформативно-емоційний образ. Дизайнер, створюючи художній образ костюма, формує емоційний настрій і диктує поведінкову роль людині, яка носитиме цей костюм і створює емоційно інформативне поле (середовище) в якому цей костюм функціонуватиме. Дизайнерові необхідні такі засоби художньої виразності, які «змусили» б реальний образ носія костюма «змінитися» на інший реальний, але вже художній образ.

Створення комфортного в усіх відношеннях костюма, де враховуються функціональні, ергономічні, естетичні і емоційні складові зумовило необхідність дослідження принципів структуроутворення емоційно-інформативного художнього образу, його складових і взаємозв'язку між ним. Володіючи образним змістом, створюючи за допомогою виразності своєї форми емоційний настрій, продукт дизайну (костюм) насамперед повинен відповідати своїй утилітарній функції і середовищу, в якому функціонуватиме. Виразне художнє вирішення костюма може бути наділене різним емоційним змістом: психоло-

гічним, інтимним, офіційно-діловим, урочистим, сексуальним, соціальним і тим самим впливати на саму людину і його поведінкову роль. Саме у цьому і полягає особливість формування художнього образу в дизайні костюма. Дизайнер створює не лише середовище, в якому існує людина, «створює» не лише оболонку людини, а його самого. Костюм – це «Дизайн-концепція», яку людина носить на собі.

Про образ костюма можна говорити лише паралельно з його художньою виразністю. Можливість образного вирішення одягу пов'язана з самою природою художньої творчості, суть якої полягає в тому, що вона є художньо-образним віддзеркаленням і освоєнням дійсності. Об'єкт дизайну, в даному випадку – костюм, повинен поєднувати функціональність і красу, крім того нести в собі якийсь емоційний зміст. Костюм, який наділив дизайнер виразним змістом, передає цей зміст і порушує емоції оточуючих, створює настрій (радощі, смути, урочистості і т. п.). Емоційну реакцію може порушити зорова зовнішність речей: форма, силует, співвідношення об'ємів, ліній, фактура матеріалів, колір, декор тощо. Ці засоби традиційно використовуються модельєрами при створенні костюма і його образу. Інтегруючий образний зміст костюма можна розглядати як структуризацію його окремих образних якостей, таких, наприклад, як інформаційно-емоційні, культурологічні, композиційні та функціональні (табл. 1).

Таблиця 1. Структурні складові художнього образу костюму.



Ступінь виразності костюма можна визначити тільки через його емоційне сприйняття, враховуючи які емоції і настрій він викликає. Найемоційнішим подразником з перерахованих в таблиці є колір. Володіючи феноменом семантичного значення, колір викликає задане дизайнером прочитання. Так білий пов'язують з непорочністю, червоний – з вогнем, силою. На рис. 1 можна проаналізувати, як колір активно впливає на формоутворення і на формування образу. Фізично (реально-об'єктивно) всі форми однакові, а оптично вони сприймаються по-різному. Колір змінює реальні розміри і маси однієї і тієї ж форми. Темно-зелений здається меншим за розміром, ніж сіро-бежевий, але важчим по масі. Те ж можна сказати і про зелений, по відношенню до червоного. Але окрім фізичної оцінки форми існує і емоційна, підсвідома. Костюм в зеленому колірному рішенні сприймається «спокійнішим» та «м'якішим», костюм у червоному рішенні – динамічним і агресивним. Так само по-різному впливає на костюм і декоративний елемент, хоча він має абсолютно ідентичний абрис форми, а тільки різну колірну пропозицію. При розгляді тільки одного з багатьох структурних композиційних чинників, що впливають на формування виразного образу в костюмі – кольору, можна припустити різні нюанси розвитку виразності конкретної форми костюма. Кажучи про костюм, не можливо аналізувати колір як абстрактну властивість і засіб. Колір тоді лише активно працюватиме на сприйняття, коли він буде розташований, перш за все, в будь якійсь костюмній формі. Важливий і той факт, яким чином колір заповнює дану силуетну форму: гладка фактура або рельєфна, однорідне розподілення кольору або з якимись ефектами; метричний або ритмічний розвиток кольору в костюмній формі та інше.

Колір, у свою чергу, безпосередньо пов'язаний і з іншим засобом художньої виразності – зі стилем. Саме стильова спрямованість створення образу костюма несе максимальне інформативне навантаження про образ костюма, а отже і про його господаря. У цьому сенсі стиль відповідає за вибір функції, форми, крою, матеріалів, кольору, деталей, декору. Варіативне стильове вирішення костюма для одного і того ж об'єкту може до невпізнання змінювати сам об'єкт (рис. 2). Стиль несе максимально виразну інформацію про художній образ костюма і про людину, об'єднуючи костюм і людину в єдине і нерозривне ціле.

Емоційним навантаженням володіє і лінія. Вона може наповнювати конкретною асоціативно образною якістю костюм, додаючи відчуття зламаної форми, незграбності або плавності та прямолінійності.

Проаналізуємо два костюми одного стильового напряму, з однією і тією ж формою, з повністю співпадаючими лініями внутрішнього членування (рис. 3). Рівномірно розподілений колір в першому костюмі і цей же колір, що подрібнюється крупною чорною клітинкою, в другому костюмі, по-різному впливають на емоційне сприйняття і відповідно створюють різне образне звучання костюмів. Слід зауважити, що форма, масштаби, пропорції, носій костюма, та і сам колір ідентичні в даному випадку. А сприймаються всі ці

Рис. 1

Рис. 2

Рис. 3

елементи по-різному. Ми маємо доказ того, якщо порівнювати дві структурні системи елементів засобів художньої виразності, які по своїй номінальній якісній характеристиці ідентичні, але в одній з цих систем є елемент, якого немає в іншій системі, то фактичні якості цих систем не мають ідентичного сприйняття і формують різні по емоційно-інформативні художні образи.

Не можна з упевненістю стверджувати, який образ виразніший, художньо досконаліший або естетичніший. Критерієм оцінювання образа, що проектується є доцільність існування обраного образа і відповідність його до особистої концепції дизайнера. Перехідний стан сучасного дизайну від «технократично орієнтованого до постіндустріального» [3] не може висунути еталон дизайнерської форми і еталон художньо виразного образу. Дизайн одягу не є виключенням, а навпаки. У цій галузі дизайну прослідкується тенденція до панування відразу безлічі еталонів. Неможливо вичленувати єдиний естетичний ідеал. Те, що було естетично цінним вчора, сьогодні вже

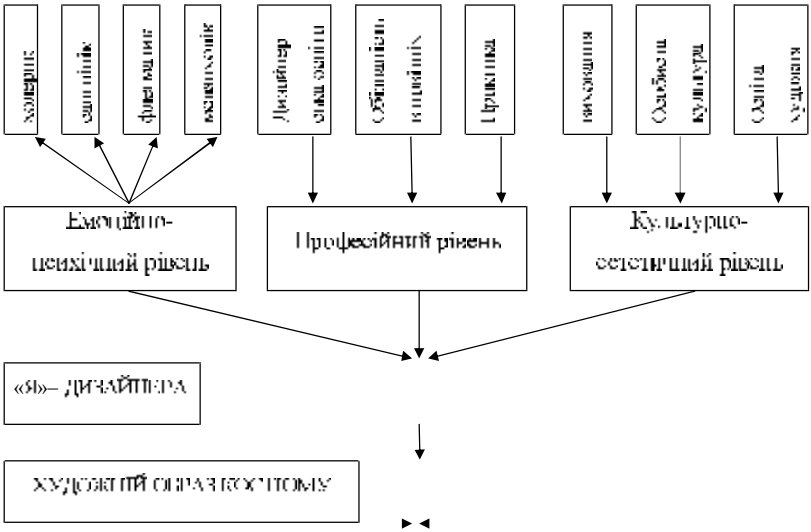
не актуально. «Чиста», функціональна форма і гармонійний, однозначний, «одностильовий» образ не є сьогодні віддзеркаленням дійсності, а отже не може бути прийнятий за ідеал. Отже, теоретичним і практичним завданням сучасного дизайну одягу є пошук абсолютно нового образу людини XXI століття.

Оскільки художньо-виразний образ – це категорія естетична, однозначно не можна визначити критерії оцінювання, оскільки не існує канонів оцінювання «прекрасного», не існує виведеної формули підбору кольору в картині або ідеальних пропорцій в одязі. Якщо говорити про прекрасне як про співвідношення об'єктивних характеристик дійсності з людиною, то можна висунути до розгляду наступні параметри, щодо яких можна говорити про доцільність існування даного художнього образу і його виразності. Перше – це відповідність створюваного образу (його інформативного поля) призначенню і середовищу функціонування; друге – це категорія естетична, яку можна розглядати як відповідність емоційних характеристик образу емоційно-психологічному стану людини і середовищу, в якому він буде знаходиться. У такому разі для лікаря виразнішим буде костюм вільної, зручної форми в нейтральному колірному рішенні, без декорування і акцентів, для більшої виразності можна використовувати доповнення, які підкреслять професіоналізм і гуманізм даної особи. Потрібно використовувати статичні, симетричні, нюансні композиційні засоби. Для молодої жінки, що йде на вечірку, художньо-виразним буде костюм контрастної і складної форми, яскравого колірного рішення з акцентними деталями і доповненнями. Це дуже узагальнені образи. Яким конкретно має бути колір? Фактура? Форма? Пропорції? В цьому випадку остаточне рішення ухвалює дизайнер відповідно до своїх естетичних ідеалів, оцінок і уявлень про прекрасне. В цьому випадку «прекрасне» – категорія особова і вона формується багатьма чинниками (див. таблицю №2). Вибір засобів художньої виразності залежить від емоційно-психологічного, культурно-естетичного і фахового рівня дизайнера особисто, тому необхідно підвищувати культурно-професійний рівень майбутнього дизайнера і зокрема більш доцільно вивчати засоби і прийоми формування художньо-виразного образу костюму, його складові і взаємозв'язок між ними на етапі проектування.

Формування та існування художньо-виразного образу костюма можливе тільки в зв'язку «Я» дизайнера – суспільство – функція». Як вже мовилося, на даному етапі розвитку дизайну відбувається переорієнтація естетичних цінностей, міняється естетичне середовище, і дизайнери одягу, виступаючи в авангарді, повинні запропонувати нову естетику і новий образ самої людини.

Висновки. Сутність взаємодії штучного середовища, яке створено людиною в вигляді дизайн-предметів і людиною, яка є споживачем цих предметів обумовлена утилітарно-функціональною необхідністю і має емоційно-психологічну природу.

Проектний образ «нав'язується» соціуму. Дизайнер костюма змінює реальний образ носія костюма на проектний. Проектний образ щодо реального



Таблиця 2. Структура художнього образу костюма

образу людини може розглядатися в трьох аспектах: перший – «тотожність» – він повністю відповідає і підкреслює реальний образ, акцентуючи його виразність; другий – «нюанс» – він злегка вуалює, «коректує» реальний образ і формує його сприйняття багатогранніше; третій – «контраст» – повністю змінює образне сприйняття на протилежне.

Розглядаючи окремі засоби композиції костюма, будь то колір або лінія, формально можна виділити окремий засіб композиції як її елемент, проаналізувавши його структуру, складові, його вплив на цілісність композиції, але досягти максимального ефекту художньої виразності і інформативності можна лише в інтегральному підході до всіх засобів художньої виразності костюма.

Єдиного еталону створення художньо-виразного образу костюма бути не може. Це складна і неоднозначна структура, залежна від власного «Я» дизайнера, «Я» споживача, естетичного ідеалу сучасника і рівня розвитку суспільства.

До рекомендацій створення виразного інформативного костюма можна віднести побажання подальшого поглибленого вивчення емоційно-психологічної інтегрованої дії засобів художньої виразності костюму.

Література:

1. Пармон Ф. М. Композиция костюма: Учебник для вузов. – М.: Легпромбытиздат, 1985. – 285 с.
2. Шевнюк О. Л. Історія костюма: навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 375 с.
3. Даниленко В. Я. Дизайн: Підручник. – Харків: ХДАДМ, 2003. – 320 с.
4. Бандорин В. Г. Дизайн урбосреды. Метод эмотектоники // Время дизайна. Материалы научной конференции. – СПб.: Петербургский институт печати, 2005. – 216 с.

Надійшла до редакції 3.04.2009