

**Лифар-Чавченко А. О.**

аспірант

Харківська державна академія  
дизайну і мистецтв

## КОЛІРНІ ТЕНДЕНЦІЇ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

*Анотація.* В публікації автор досліджує значення, роль кольору та особливості його використання в сучасному дизайні одягу, аналізує розвиток колірних тенденцій періоду 2000-2010 рр. на прикладі зразків з колекцій провідних європейських дизайнерів одягу та Будинків моди.

**Ключові слова:** колір, колекція, дизайнер одягу, тенденції кольору.

*Аннотация.* Лифар-Чавченко А.А. Цветовые тенденции в современном дизайне одежды. В публикации автор исследует значение, роль цвета и особенности его использования в современном дизайне одежды, анализирует развитие цветовых тенденций периода 2000-2010 гг. на примере образцов с коллекций ведущих европейских дизайнеров одежды и Домов моды.

**Ключевые слова:** цвет, коллекция, дизайнер одежды, тенденции цвета.

*Annotation.* Lyfar-Chavchenko A.O. Color trends in contemporary Design of clothes. In publishing the author explores the importance, role of color and features of its use in modern design of clothing and analyzes the development of color trends for period 2000-2010 years for example of samples from the collections of Europe's leading fashion designers and Fashion houses.

**Key words:** color, collection, a designer of clothes, tendencies of color.

**Постановка проблеми, аналіз останніх досліджень.** Відомо, що колір в костюмі виконує дві важливі функції: композиційну (створення форми) та стилетворюючу (пов'язану з семантикою, символікою, психологічним та естетичним впливом). Здійснення цих функцій пов'язано з емоційним та асоціативним сприйняттям кольору. Відповідно, головне завдання дизайнера одягу полягає в тому, щоб асоціації, які «запрограмовані» за допомогою кольору в образній характеристиці моделі, викликали відповідний емоційний відгук та збігалися із стилістичним та практичним призначенням костюма. У цьому випадку художній вплив моделі буде посилено [1, 79].

Колір оцінюється як найбільш важливий естетичний критерій споживчих переваг, а колірні тенденції окремого сезону в дизайні одягу цитують як засіб маркетингу одягу, тому очевидна щорічна, та, навіть, посезонна зміна модних кольорів. Дизайнери та прогнози користуються значеннями, які надаються кольорам для «просування» колірної палітри в окремому сезоні, досліджуючи глобальні зміни в історичних, культурних, соціальних, політичних та економічних контекстах, які мають значний вплив на моду. Агентства прогнозу тенденцій кольору, заздалегідь (за 2 роки до сезону реалізації) досліджують відповідний сезон, застосовуючи декілька методик у дослідженні поведінки споживача та глобальних змін, отримуючи важливу інформацію про визначення пріоритетних кольорів для дизайнерів на етапі проектування колекцій. Це має основоположне значення для забезпечення індивідуальності кожної фірми чи Будинку моди – бути в курсі актуальних тенденцій в дизайні у мінливому світі моди. Наприклад, у 90-х роках ХХ століття значна кількість споживачів перейнялася проблемою втрат, яких завдавали навколишньому середовищу хімічні барвники. Прогнози запропонували виробникам використовувати переважно натуральні відтінки, що призвело до повернення в моду природних кольорів.

Існують тенденції та цикли довгострокових та короткострокових сімей кольорів. Прогнози визначають, який колір займатиме провідне місце та коли поступиться родинним чи протилежним кольорам. Зміна кольорів має циклічний характер і починає розвиватися від високонасичених, різноколірних, приглушених, земляних тонів, ахроматичних змінюючись фіолетовими (пурпуровими) відтінками, а потім знову повертається до насичених, яскравих кольорів. Дослідження науковців вказують на існування 7-річного циклу в моді на темні та нейтральні кольори. Проте, у жіночій моді вибір кольору більш мінливий. Повертаючись до минулих тенденцій, наприклад, в одязі 50-х рр. ХХ століття простежується розмаїття із семи кольорів.

Офіційне прогнозування кольору розпочалося з 1915 року та було засноване на аналізі демографічних та культурних колірних переваг [2, 283]. У різних країнах існують інститути та центри кольору, які сприяють централізованому розповсюдженню інформації про прогнози щодо колористичної культури в дизайні та інших сферах людської діяльності. Серед них: «Peclers Paris», Міжнародна асоціація кольору, Бри-

Надійшла до редакції 24.10.2011

танський інститут стандартів, Американське оптичне товариство, Інститут дослідження кольору в Японії та ін. Найвідоміші та найбільш впливові агенції – це Французький комітет кольору «Trend Union» (Париж, Франція), який має сьогодні представництва на 5-ти континентах світу, друкує книги та каталоги кольорів сезонних тенденцій, демонструє розробки для текстильної індустрії та моди, а також працює для секторів дизайну інтер'єрів, магазинів, сфери здоров'я. Інша агенція «Promostyl» (Париж, Франція) працює з 40-річним досвідом досліджуючи тенденції в галузі кольорів та одягу, поєднуючи творчу та комерційну діяльність. А «World Global Style Network» щорічно пропонує безліч інформації про ринок модного в дизайні та пропонує аналіз тенденцій для всього світу. Він має представництва у Лондоні, Нью Йорку, Лос Анжелесі, Мадриді, Кельні та Токіо. Для практичної роботи дизайнерів у стандартних колірних системах передбачається номенклатурна специфікація кольорів як, наприклад, «PANTONE» за однойменною назвою агенції, яка пропонує систему колоритів для різних галузей індустрії, цифрових технологій та ін. [3, 53]. Переважна більшість агенцій співпрацює з дизайнерами та ілюстраторами моди, як з партнерами у своїх публікаціях з їх авторськими ескізами разом з матеріалами комп'ютерної графіки для демонстрації тенденцій кольорів.

Окрім того, колір використовується для ідентифікації бренду, що в широкому сенсі може включати задум лінії одягу дизайнера або введення одного кольору (певного колориту), як «авторської палітри». Наприклад, Ральф Лорен обирає малонасичені відтінки тонів малої інтенсивності для своїх моделей «традиційних відтінків». Ельза Скіапареллі представила єдиний ідентифікатор свого бренду – «шокуючий» рожевий, Валентино Гаравані – 33 відтінки червоного, а бренд Джорджіо Армані відомий за визначеною авторською палітрою сіро-бежево-коричневих відтінків у моделях своїх колекцій.

Незважаючи на значну кількість назв кольорів, які присутні в мові, для дизайнера найкращим є візуалізація кольорів. Демонстрація запропонованої колірної гами на прикладі різних типів матеріалів дозволяє показати взаємодію кольорів. Такий метод говорить про системний підхід дизайнера до вибору колірної гами [4, 128]. В дизайні одягу, для передачі настрою колекції, який прагнув створити модельєр, важливіше охарактеризувати колірну гаму, аніж отримати перелік використаних кольорів. Уявлення про колорит складає більш цілісне і повне враження про колекцію, підвищує можливість визначити її стилістику, «прочитати» творчі джерела художника [5, 69].

Отже, **метою** публікації є дослідження колірних тенденцій в дизайні одягу 2000-2010 рр. на прикладі зразків з колекцій провідних європейських дизайнерів одягу та Будинків моди. Стаття виконана за планом НДР ХДАДМ.

**Результати дослідження.** Колір вважається найбільш сильним засобом у композиції костюма, оскільки зміни кольорових поєднань відбуваються в ньому частіше, аніж зміна форм або окремих деталей. Ос-

танне десятиріччя, колірні переваги змінюються сезонно, Будинки моди та деякі дизайнери пропонують в одязі «свіжу» стратегічну концепцію кольору, нові колірні доміанти. Але не тільки відповідні кольори «входять» в моду і «старіють» (наприклад синій стає більш популярним ніж чорний, а його змінює коричневий чи сірий), але й відтінки переживають повільну еволюцію. Мода наповнена відблисками індивідуальних людських відчуттів та світосприйняттів. Теми та джерела натхнень змінюються, і з колірними вподобаннями відбувається аналогічне. В цілому, зміна модних тенденцій у сфері кольору відповідає циклам розвитку модної форми костюма. Відомо, що нова форма з'являється в чорному кольорі, а форма напередодні зміни розробляється у складній колірній гамі. Колір вважається актуальним та модним за часом приблизно стільки ж, як і базова форма костюма, – близько трьох років.

Як приклад, колірні тенденції першого десятиріччя ХХІ століття. Останні роки ХХ століття (1998-99 рр.) закінчувались в моді стійким інтересом до чорного кольору, який ще впевнено домінував декілька років. У колекціях провідних Будинків світу моди *pret-a-porte* 2000-01 рр. до чорного приєдналися червоний та болотяний кольори. Чорний став модним ще з часів Коко Шанель, вважають модельєри, проте своїх позицій він не втрачає до сьогодні, залишаючись актуальним останні 10 років. Особливо багато чорного в колекціях 2000-01 рр. від Calvin Klein та Donna Karan. З червоних відтінків найбільш популярними є колір томату, бордо і ясно-карамелевий червоний колір (колекції 2000-01 рр. Anthony Symonds, Marc Jacob, TSE, Alexandr McQueen). Болотяного кольору існує безліч варіантів: колір хакі, темна умбра, салатний, світлі відтінки смарагдового та ін. Колір майже універсальний, добре виглядає у поєднанні з усіма відтінками пісочного, коричневого, чорного та помаранчевого. У сезоні осінь-зима 2000-01 він переважав у колекціях Givenchy, Gucci і Ruffo Research. Пізніше болотяний колір проявив себе у парі з зеленим. Вони увійшли в моду в сезоні весна-літо 2003 р. під гаслом: «Символи повернення до землі», де зелений – квінтесенція природи і основа життя. Для моди це значить, що популярними є всі відтінки зеленого, а саме: салатний, колір молодого листя, приглушена олива та хакі, який нагадує про стиль мілітарі (колекції Kenzo, Valentino, LV, Versace, Gaultier).

У 2004-05рр. колірна палітра кардинально змінилася. Французькі дизайнери поєднали зовсім різні речі без застереження, змішуючи духовне з чуттєвим, суворість та легковажність... У поєднанні різних кольорів, у грі світла й тіні колірна гама чергувала холодні тони, глибокі й прозорі, з яскравими акцентами й тонкими варіаціями вохри. Повнозвучні кольори співіснували з приглушеними, матовими – з металевими, штучні з натуральними. У сезоні весна-літо 2005 р. до гостро модної палітри, символізуючи жіночність, доєдналися життєстверджуючі «ягідні» насичені й розбілені відтінки, наприклад «брусничний», «малиновий», «чорничний», «колір шовковиці», охоплюючи весь діапазон від малинового до фіолетового, ство-

рювали радісний настрій. Сезон відбувся під девізом «натуральне поєднується зі штучним» з діапазоном модних образів – від наївних до фривольних яскраво продемонстрованих в колекціях Jean Paul Gaultier, DSquared, Prada, Valentino. Пікантні та виразні відтінки кислотних, свіжих квітів у поєднанні з білим та нейтральними відтінками створювали нові колірні гармонії та модні колірні поєднання.

У 2006-07 рр. в моду увійшов стиль модерн, а за ним романтичний стиль, змінивши відповідно модну колірну палітру на вишукану і складну, з відтінками окисленої міді та старого золота (Valentino, Dior, Chanel, Murad, Lacroix). М'які, нейтральні кольори літнього саду: розмиті земляні відтінки – від бежевих до рожевих, пісочні, коричневі й приглушені відтінки червоного, яскравий жовтий та колір хакі. І знову білий – лідер сезону 2006 р. Величні поєднання підібраних кольорів та великих колірних блоків асоціювалися з меблевими ретро-тканинами. Тенденції сезону осінь-зима 2007-08 рр. окреслили палітру стриманих та, водночас, експериментальних відтінків – включаючи кольори, які створювали гармонійні поєднання, викликаючи асоціації з живописом імпресіоністів. У центрі уваги світлі відтінки бежевого, жовтий, медовий та кислотні кольори; важливі карамельно-оранжеві та рожеві відтінки та бірюзові кольори. А група червоних представлена соковитими ягідними відтінками фіолетового (колекції Elie Saab, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Robert Abi Nader, Christian Dior).

Палітра сезону весна-літо 2008 р. була наповнена позитивною енергією, в якій непередбачувані та різкі кольори контрастували з м'якими та вишуканими. В центрі уваги кислотний жовтий та зелений кольори, додавали пікантності палітрі. Відтінки бежевого стали світлішими, сірий набув прозорості, а ліловий став ще більш ефектним (Prada, Hermes, Ungaro, Yves Saint Laurent). 2008-09рр. – роки, без сумніву, чорного кольору, який активно акцентував увагу на жіночій фігурі, формуючи витончений сексапільний образ; білого, який представлений в моделях ошатних ділових костюмів; розмаїття червоних відтінків, що гармонійно поєднувались у модних комплектах одягу, а також кольорів неону та металіку, які стали фаворитами сезонів (колекції Lacroix, Valentino, Armani, Jean Paul Gaultier). Модельєри використовували їх у повсякденному одязі так часто, як і у вечірньому.

Створюючи колекції сезону осінь-зима 2009-10 рр., дизайнери надихались неоновим світлом реклам, який асоціюється з мерехтінням вітрин і нічною ілюмінацією. А чорний та сірий кольори зведено до мінімуму, їх змінили м'які фруктові, темні нейтральні та приглушені відтінки (Alexander McQueen, Mark

Jacobs, Prada, Viktor & Rolf, Vivienne Westwood). Весняно-літній сезон 2010 р. характеризується яскравою весняною палітрою нижніх відтінків, близьких до пасельних тонів, проте теплого колориту. Фаворитом сезону стала бірюзова палітра, яка асоціюється з теплою прозорою водою. У поєднанні з червоним він формує тандем кольорів морських хвиль на тлі заходу сонця, з коричневим – виглядає вишукано та благородно, а з жовтим кольором виглядає як берег океану. Відмінне колірне вирішення сезону – поєднання бірюзового з фіолетовим (колекції Versace, Anna Sui, Missoni, Alexander McQueen, Celine, Mark Jacobs, Tommy Hilfigger та ін.) демонструє легкість та підкреслює жіночність.

**Висновки.** З розвитком технічних можливостей світової текстильної промисловості з'явилась можливість приділяти значну увагу кольору в дизайні одягу, як найбільш показовій та описовій, а отже, комунікативній характеристиці костюма, яка здатна викликати у глядача активну емоційну реакцію. Посезонна зміна модної колірної палітри прогресивно формує концептуально нове асоціативно-емоційне сприйняття, відповідно, «нових» кольорів, їх відтінків та колірних поєднань, які найбільш яскраво виявили себе у дизайні одягу протягом останнього десятиріччя. Проблема створення за допомогою нових кольорів та відтінків нових художніх образів, безперечно, може бути окремою темою дослідження.

#### Література:

1. Кузнецова М.М. Художественная структура авторского женского костюма в проектной культуре последней трети XX – начала XXI вв. / М.М. Кузнецова; Санкт-Петербург. гос. ун-т технологи и дизайна. – СПб, 2010. – 290 с.
2. Marilyn Revell DeLong. Color in dress / Encyclopedia of clothing and fashion Valerie Steele, editor in chief. Vol. 1 // Marilyn Revell DeLong. – USA: Thomson Gale, 2005. – P. 280-283.
3. Steven Faerm. Moda: Curso de Diseno / Faerm Steven. – Barselona: Parramon, S. A., 2010. – 144 p.
4. Стоун Т., С. Адамс, Н. Мориока. Дизайн цвета: практикум / Т. Стоун, С. Адамс, Н. Мориока. – М.: «РИП-холдинг», 2005. – 240 с.
5. Козлова Т.В. Стиль в костюме XX века / Т.В. Козлова, Е.В. Ильичева. – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, Группа «Совьяж Бево», 2003. – 160 с.:ил.
6. Sue Jenkyn, Jones. Diseno de moda / Jones Sue Jenkyn. – Barselona: Art Blume, S.L., 2005. – 240 p.
7. Hopkins John. El dibujo en la moda / John Hopkins. – Barselona: AVA Publishing SA, 2010. – 176 p.
8. Premiere vision. Цветовая палитра весна-лето 2005 // International Tetcxiles. - №3 (8), 2004. – С. 22.
9. Текстиль Италии. Сезон осень-зима 2007-08 // International Tetcxiles. - №5 (7), 2006. – С. 49-53.
10. Цвет 2008. Перспективная палита // International Tetcxiles. - №3 (11), 2007. – С. 28.