

## ИНФОРМАЦИОННО-ЗНАКОВЫЕ СИСТЕМЫ КОЛЛЕКЦИЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ "ПРЕТ-А-ПОРТЕ" ДОМА МОДЫ "GIVENCHY"

*Т.Л. МАКАРОВА, С.Л. МАКАРОВ*

(Международный институт рекламы,  
Московский государственный институт электроники и математики)

Мода конца XX – начала XXI вв. намного более динамична, чем несколько десятилетий назад (например, в 1960-е годы). В то же время у специалистов нет метода исследования моды и дизайна, меняющихся с такой скоростью. Нами разработан новый метод анализа моды и дизайна костюма (аксессуаров, среды, рекламы), позволяющий рассмотреть моду за период от нескольких недель до многих столетий. Предложен подход к решению проблемы промышленного проектирования – задачи прогнозирования изменений моды (в костюме, в рекламе, в дизайне среды).

Моду можно рассматривать как процесс формирования информационно-знаковых систем в костюме (ИЗСК). Автор предложила метод исследования моды [1], в котором учитываются не только формы модного костюма, но и орнаменты, знаки, символы, цвета [2], [3], то есть вся образная сторона, включая фактуру и пластику ткани. Автор разработал программу, облегчающую навигацию сайтов, где представлены материалы по моде. Поясним: если мы сохраняем в компьютере большое количество материалов для анализа моды, с ними трудно работать. Разработана программа, благодаря работе с которой время

на обработку материалов, сохраненных с сайтов, уменьшилось в 3...5 раз.

Новизна разработок заключается еще и в том, что костюм больше не рассматривается сам по себе, учитываются все элементы среды его изображения: формы, орнаменты, знаки, символы, цвета, фактуры материалов, пластика форм, "тональность" окружающей среды [1], [4...7]. Это позволяет максимально точно анализировать и прогнозировать (с вероятностью 95...99 %) моду любого периода, особенно проводить исследования коротких периодов моды. Способов исследования и прогнозирования изменений в коротких периодах моды (за месяц, например) ранее не было.

Исследования проводятся и публикуются нами с 1996 г., а в 2004 г. на основе [1] получены результаты глубокого анализа моды за 23 года. Сейчас европейская мода проанализирована уже за 107 лет, и автором продолжают ее исследования [4], [7].

Автор предложила использовать "Множество элементов информационно-знаковой системы костюм" (ИЗСК). Единицы = элементы ИЗСК (55 элементов): 1) – символ (в значении "условный знак"); 2) – цвет. Информационно-знаковая система костюма

(ИЗСК) передает информацию от дизайнера к зрителю (определенное сообщение, закодированное в знаках, символах, цвете).

Код коллекции, моды, стиля. Если коллекцию моделей, моды, стиль записать в виде набора актуальных символов – элементов ИЗСК, то получится код коллекции, моды, стиля. Код коллекции состоит из символа-лидера (символ с самой высокой частотой встречаемости в данной коллекции) и доминирующих символов (на них построена коллекция, но их встречаемость меньше, чем у символа-лидера).

Одной из целей работы стало выявление информационно-знаковых систем, то есть кода моды и стиля в коллекциях женской одежды Дома моды "Givenchy", "прет-а-порте", сезоны весна – лето и осень – зима 1997 – 2001 гг.

На протяжении многих лет Дом моды "Givenchy" является примером безукоризненной классики моделирования, которая, тем не менее, всегда соответствует духу

времени. По этой причине коллекции Дома моды были выбраны в качестве объекта исследования.

Костюм в коллекциях Дома моды "Givenchy" проанализирован по новой методике, разработанной в 2001 – 2002 гг. авторами вместе с программой и базой данных (2001 – 2004 гг.) для исследования коротких циклов моды [1], [4...7].

В результате исследований выявлены информационно-знаковые системы, а также коды моды и стиля десяти коллекций женской одежды "прет-а-порте" Дома моды "Givenchy" за сезоны весна – лето и осень – зима 1997 – 2001 гг. Полученные результаты представлены в табл. 1 и 2. В табл. 1 представлен код моды всего периода 1997–2001 гг., а в табл. 2 – код стиля коллекций женской одежды Дома моды "Givenchy" ("прет-а-порте", 1997 – 2001 гг.). Символы-лидеры перечислены в порядке уменьшения их относительных частот встречаемости в коллекциях.

Т а б л и ц а 1

Форма костюма	Материал костюма	Цвет костюма
Прямоугольник – 6 Трапеция – 2 Горизонталь – 2 Горизонтальные и вертикальные полосы – по 2 Волна, овал, многоугольник – по 1	Цветок – 7 Точка – 3 Вертикальные полосы – 3 Вертикаль – 2	Черные цвета – 9 Яркие цвета – 4 Белые цвета – 2 Серебристые пастельные цвета – 2 Темные цвета – 2 Серые цвета – 1

Т а б л и ц а 2

Форма костюма	Материал костюма	Цвет костюма
Вертикаль – 4 Прямоугольник – 3 Угол – 2 Трапеция – 2 Горизонталь – 2 Зигзаг – 2 Крест – 1	Клетка – 3 Лист, квадрат – 2 Многоугольник – 2 Прямоугольник – 2 Зигзаг – 2 Точка – 1 Машины, крест, ромб – по 1	Нет лидирующей группы цветов стиля Дома моды: 100% "попадание" в моду – 2 Серые цвета – 1 Темные цвета – 1 Черные цвета – 1 Белые цвета – 1

В результате анализа коллекции Дома моды "Givenchy" по информационно-знаковым системам можно заключить следующее. В коде коллекций Дома моды "Givenchy", еще не разделенном на код общей моды и код стиля Дома моды, на протяжении 10 сезонов чаще других символов лидерами являются:

– в форме костюма: прямоугольник (5 сезонов);

– в материале костюма: точка (3 сезона), цветок (3 сезона).

Максимальное число символов-лидеров (за один сезон) в форме костюма – 1, в материале костюма – 2. Символы "квадрат" и "квадрат в квадрате" взаимозаменяемы перед появлением прямоугольника.

Информационно-знаковые системы коллекций "прет-а-порте" Дома "Givenchy", по сравнению с остальными ведущими Домами моды [6], наиболее изменчивы в форме костюма, но имеют наиболее стабильную (на протяжении 10 сезонов) цветовую гамму: черные, белые, се-

рые и серебристые пастельные цвета. Таким образом, мы пришли к выводу, что анализ символов в ИЗСК позволяет охарактеризовать стиль Дома моды.

На основе проведенных исследований можно сделать вывод, что цветовая гамма коллекций сильно влияет на определение стиля Дома моды. Цвета коллекций Дома моды "Givenchy" ассоциируются с классикой, так как представляют собой элегантные сочетания черного и белого с серыми или серебристыми пастельными цветами. В результате исследований также выявлено: ни одна информационно-знаковая система не повторяется дважды даже за десять сезонов! Все коллекции уникальны! Именно такой высокой эффективностью работы модельеров объясняются лидирующие позиции бренда в мире fashion-бизнеса.

Итак, определены символы-лидеры современной моды, а также закономерности их взаимодействия в костюме; сделан прогноз развития информационно-знаковых систем костюма на десять лет; разработаны программа расчета перспективных сочетаний символов и база данных "Мода как процесс формирования информационно-знаковых систем в костюме" [1], [5].

Полученные результаты работы автор использовала в учебном процессе: на 2-м курсе ФПИ в МГТУ им. А.Н. Косыгина в 2002 г.; на 1...6-м курсах в Международном институте рекламы, в том числе в дипломном проектировании (2005 – 2008 гг.).

Результаты анализа модных тенденций внедрены и в художественном проектировании. Совместный проект авторов "Москва – спорт-2004 – 2012" представлен на выставке-конкурсе "Москва глазами молодых. Спортивная Москва-2004" (3 – 9 сентября 2004 г., Москва, ЦДХ).

## ВЫВОДЫ

1. Предложен новый метод, разработаны программа и база данных, позволяющие рассмотреть моду за период от нескольких недель до многих столетий. Использование метода позволяет решить проблему прогнозирования развития тен-

денций моды и дизайна костюма (аксессуаров, среды, рекламы), что необходимо для промышленного проектирования на высоком уровне.

2. Выявлены информационно-знаковые системы, а также коды моды и стиля десяти коллекций женской одежды "прет-а-порте" Дома моды "Givenchy" за 1997–2001 гг.

3. Результаты работы используются авторами в научных исследованиях и в проектировании современных костюма, среды и рекламы; в создании творческих работ (графика, компьютерная графика).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Макарова Т.Л. Мода как процесс формирования информационно-знаковых систем в костюме: Дис...канд. техн. наук. – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2004.

2. Макарова Т.Л., Козлова Т.В. Костюм и личность // Вестник ДИТУД. – 2000, № 2.

3. Проблема цвета в психологии / РАН. Институт психологии. – М.: Наука, 1993.

4. Макарова Т.Л. Анализ взаимодействия цели, образа и смысла в рекламе XXI века. Имиджелогия-2006: актуальные проблемы социального имиджмейкинга // Мат. IV Междунар. симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006.

5. Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Применение информационных технологий в исследовании информационно-знаковой системы "Костюм" // Тез. докл. Всероссийск. научн. конф.: Информационные технологии в образовательной, научной и управленческой деятельности (Инфотекстиль-2004). – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2004.

6. Макарова Т.Л. Сравнительный анализ информационно-знаковых систем костюма в коллекциях "от кутюр" и "прет-а-порте" ведущих Домов моды // Сб. мат. межвуз. научн.-техн. конф. аспирантов и студентов: Молодые ученые – развитию текстильной и легкой промышленности (Поиск – 2004): Ч. 1. – Иваново: ИГТА, 2004.

7. Макарова Т.Л. Стиль как информационно-знаковая система костюма в коллекциях "от кутюр" Дома моды "Givenchy" (с 1997 по 2001 гг., сезоны весна – лето и осень – зима) // Сб. мат. Междунар. научн.-техн. конф.: Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности (Прогресс-2006): Ч. 2. – Иваново: ИГТА, 2006.

Рекомендована кафедрой рекламы и маркетинговых коммуникаций. Поступила 01.04.08.