

УДК 687: 658.512.2

**УСТОЙЧИВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОДНЫХ АРХЕТИПОВ
В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННОЙ ОДЕЖДЫ**

**SUSTAINABLE FEATURES OF THE FASHION ARCHETYPES
IN THE DESIGN OF MODERN CLOTHES**

Г.И. ПЕТУШКОВА, Э.А. ХАММАТОВА, Т.А. ПЕТУШКОВА
G.I. PETUSHKOVA, E.A. KHAMMATOVA, T.A. PETUSHKOVA

(Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),
Казанский национальный исследовательский технологический университет)
(Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art),
Kazan National Research Technological University)
E-mail: galina-petushkova@mail.ru; venerabb@mail.ru

В статье предложен анализ моды в одежде с позиции семиотического и эволюционного подхода к формообразованию, где мода понимается как механизм смены значимых формообразующих параметров. Визуализирована структура колористической теории, и на ее основе исследованы устойчивые характеристики цветовых предпочтений в модных коллекциях европейского бренда Yohji Yamamoto.

The clothes fashion with the position of semiotic and evolutionary approach to morphogenesis is analysis in this article, there is a fashion is understood as the mechanism of change of important forming parameters. Visualized structure of color theory and on the basis of its sustainable characteristics investigated color preferences in fashion collections of European brand Yohji Yamamoto.

Ключевые слова: устойчивые характеристики, семиотический подход, эволюционный подход, методология, статистика, дизайн, экология.

Keywords: sustainable characteristics of the semiotic approach, evolutionary approach, methodology, statistics, design, ecology.

Наиболее актуальной в современном мире дизайна является проектирование умных вещей, безотходных технологий, устойчивых архетипов моды. Мир устал от перепроизводства модных вещей, не поддающихся экологически грамотной утилизации. В век науки важным становится поиск методологий, позволяющих анализировать модный рынок в унисон с новейшими технологиями, умными материалами, национальными ресурсами и образованием современных дизайнеров.

На этом пути объединяются глубинные основы дизайна и экологии, что выражается в разработке бионического направления художественно-образных поисков, инструментария предпроектного анализа, развития образного, функционального и конструктивного мышления. Сегодня можно говорить о способах бионического формообразования, которые позволяют: осваивать биологические аналоги в своем творчестве через прямое копирование и структурный анализ; выявлять механизмы природных законов в их целостности и единстве; использовать конструктивные и функционально-пространственные особенности природных объектов в своей деятельности с применением компьютерных технологий; преобразовывать хаос техносферы в порядок природной гармонии [1].

В этом ключе важным направлением развития отечественного дизайна, его теории, методологии и педагогики становится изучение традиционной русской культуры, ее богатейшего наследия как проявления самобытности, национальной ментальности, традиционных историко-культурных смыслов [1], [2]. В результате происходит

объединение известных методических подходов и традиционных методик в новые сочетания формального и содержательного начала, устанавливаются новые иерархические связи в системном видении современной проектной культуры.

В мире моды привычно сложилось представление о ее непредсказуемости, неуправляемости, капризах. Если видеть в этом конечный результат деятельности дизайнера, как точечное явление, то так оно и есть. Отечественный менталитет до сих пор находится в плену мировых брендов, их рецептурной непреложности, а стало быть, в повторении и потере оригинальной самобытности. Если рассматривать моду в русле эволюционного процесса формообразования, то мода есть механизм смены значимых структурных параметров формы и показывает логику ее исторического развития, всегда направленную к видимому результату. Следовательно, ее можно трактовать определенным образом, соответствуя трендам, но сохраняя свою культурную идентичность, свой язык, свою стилистику [3].

В статье предложен результат экспериментального исследования с позиции семиотического и эволюционного подхода к формообразованию, где мода понимается именно как механизм смены значимых формообразующих параметров. Выделен один из самых активных элементов формирования художественного образа – цвет. Исходным материалом являются модные коллекции дизайнера Yohji Yamamoto, как представителя мировой моды с ярко выраженным национальным колоритом и образно-пластической выразительностью.

Анализ цветовых характеристик проведен по методике, разработанной авторами на кафедре дизайна костюма РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). Она апробирована в учебном процессе кафедры, используется в курсовых заданиях, обобщающих творческую и исследовательскую деятельность студентов, магистров, аспирантов.

В русле семиотической теории по определению известного семиолога Р.Барта модный костюм понимается как визуальная коммуникация, выражаемая в трех видах сообщений: текстовом, изобразительном (эскиз или фотография) и практическом, каждое из которых имеет свою специфику. Для нашего эксперимента использован фотографический (иконический) материал модных коллекций, опубликованный в СМИ и представляющий собой рекламный продукт известного бренда, как его образно-пластический символ.

Опираясь на основные положения колористической теории, нами разработана ее структурная модель, представленная в виде схемы на рис. 1, согласно которой модная коллекция рассматривается как целостная система, образующая подвижное цветопространственное поле (ПЦПП), развиваемое в пространстве и времени. Пространственное поле ПЦПП – это коллекция одного года, а временное поле – это коллекции в период 2005-2014 гг.

Это поле формируется моделями одежды и фоном, на котором они представлены в рекламных коммуникациях. Первые образуют уровень активной полихромии, которая характеризуется структурой, хроматическим содержанием и динамикой. Вторые – пассивной полихромией, с присущей ей динамикой, цикличностью, разнообразием. В рекламной коммуникации

моды эти два уровня взаимосвязаны и имеют как пространственную, так и временную динамику и связи, по-своему влияя на восприятие модного образа и его устойчивость.



Рис. 1

Экспериментальное исследование проводили методами математической статистики, его результаты представлены в табл. 1 и 2, а также в виде диаграмм на рис. 2. Цвет обозначается по атласу соответствующим символом. Так, в табл. 1 показан пример статистического пространства активной полихромии ПЦПП коллекции Yohji Yamamoto 2009 г. с оценкой цветовых характеристик на базе белого и черного цвета. Как видим, черный цвет составляет 84,4% и варьируется в трех оттенках.

Таблица 1

Оттенки цветов	Общее число моделей в коллекции	Количество моделей данного оттенка	
		шт.	%
Оттенки белого	32	5	15,6
Pantone Cool Gray 1 EC	32	5	15,6
Оттенки черного	32	27	84,4
Pantone 426 EC	32	8	25,0
Pantone 432 EC	32	10	31,2
P.Process Black EC	32	9	28,1

По данным табл. 1 на рис. 2 построены диаграммы, которые более наглядно вос-

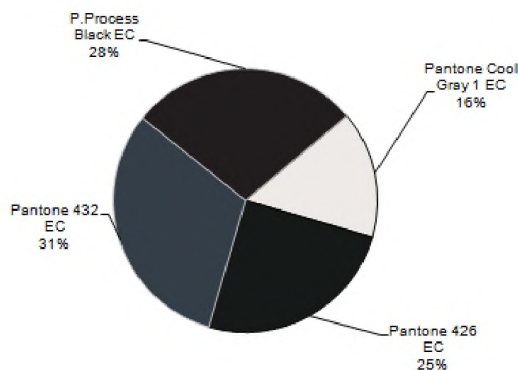
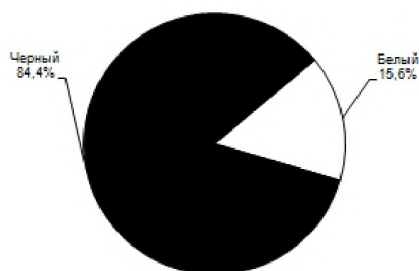


Рис. 2

На рис. 3 представлена динамика распределения монохромной гаммы в период 2005-2014 гг. Как видим, белый цвет наиболее распространен в 2005, 2009, 2010, 2014 гг. в пределах 15...20%. Серый цвет используется в 2006, 2008, 2013 гг. в пределах 20...30%. Модель распределения черного цвета показывает, что самые высокие его показатели приходятся на 2005, 2007, 2011 гг., они колеблются в пределах 60...80% и более. Черный цвет является самой устойчивой характеристикой модных коллекций мастера на протяжении всего времени. Это его визитная карточка, архетип национальной принадлежности.

В табл. 2 представлены данные цветов в коллекциях повседневной одежды по каждому году в период 2005-2014 гг. и на их основе выстроены статистические обобщенные модели цветовых предпочтений мастера на уровне активной полихромии.

Использование других цветов в коллекциях также показано в сводной табл. 2. Это: фиолетовый, синий, хаки, коричневый, желтый, красный, серый. Доля их колеблется в разных пределах, количественные показатели которых незначительны и не превышают 20%. Лишь в 2005 г. значение коричневого цвета составило 47%. Голубой цвет проявляется в 2006, 2010, 2014 гг. в количестве 10...20%. Фиолетовый цвет в количестве до 5% проявился в 2011, 2014 гг.

производят цветовую структуру в повседневной коллекции мастера в 2017 г.

Красный цвет составляет в коллекциях 15...20% в 2005, 2012, 2013 гг. Желтый цвет в количестве 11...18% присутствует в коллекциях 2011 и 2014 гг.

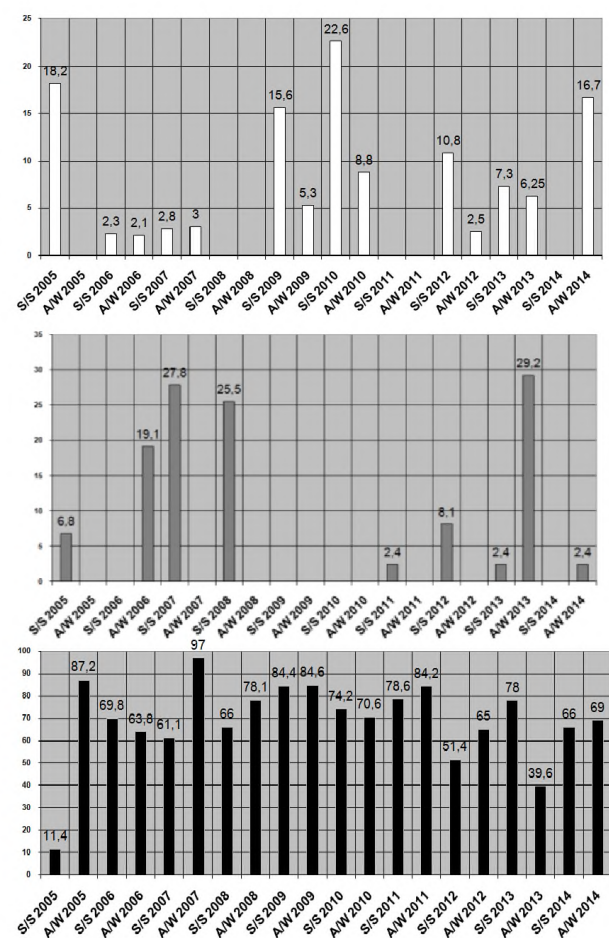


Рис. 3

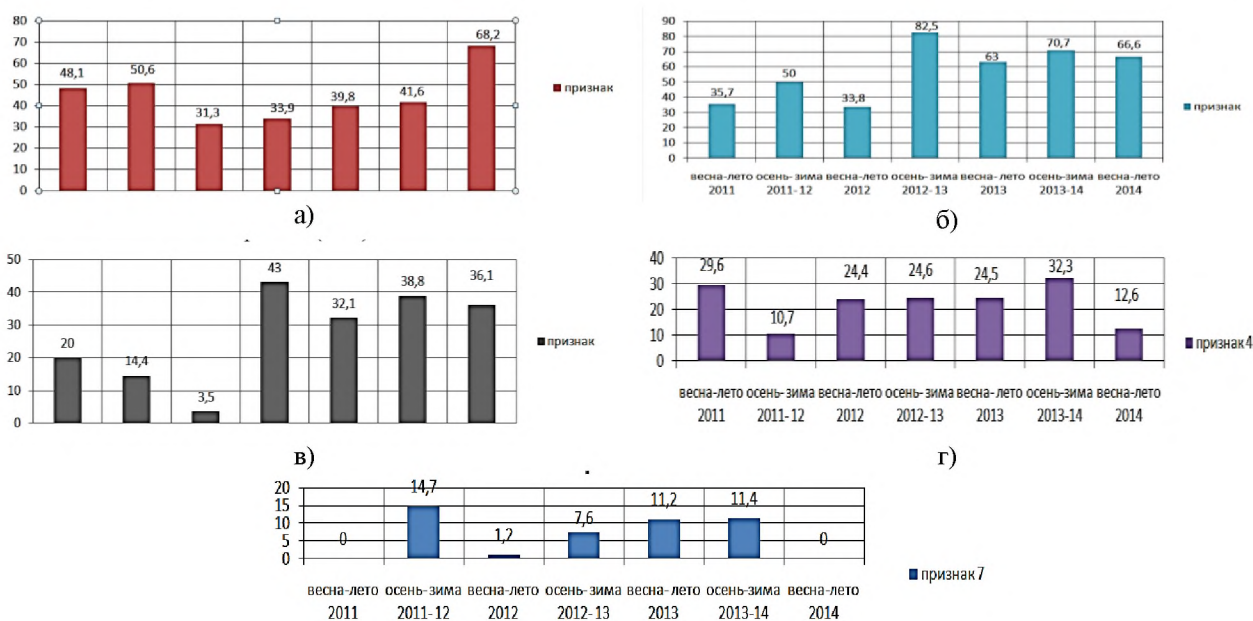
Таблица 2

Сезон	Белый	Фиолетовый	Синий	Хаки	Коричневый	Желтый	Красный	Серый	Черный
S/S 2005	18,2				47,7		15,9	6,8	11,4
A/W 2005				2,6			10,2		87,2
S/S 2006	2,3		7,0	18,6			2,3		69,8
A/W 2006	2,1		10,7					19,1	63,8
S/S 2007	2,8			5,6	2,8			27,8	61,1
A/W 2007	3,0								97,0
S/S 2008							8,7	25,5	66,0
A/W 2008				12,5	6,3		3,1		78,1
S/S 2009	15,6								84,4
A/W 2009	5,3						10,5		84,6
S/S 2010	22,6				3,2				74,2
A/W 2010	8,8		20,6						70,6
S/S 2011		4,8				14,3		2,4	78,6
A/W 2011			2,6	2,6			10,5		84,2
S/S 2012	10,8		16,2		13,5			8,1	51,4
A/W 2012	2,5		7,5		5,0		20,0		65,0
S/S 2013	7,3		7,3		2,4	2,4		2,4	78,0
A/W 2013	6,25		2,1	8,3			14,6	29,2	39,6
S/S 2014	0	2,0	8,0		6,0	18,0			66,0
A/W 2014	16,7		2,4		9,5			2,4	69,0

Яркие цвета служат акцентами выявления значимых параметров формы, они неожиданны и конструктивны, предвосхищены своим появлением в фоновом окружении моделей, образуя подвижное поле пассивной полихромии. Как правило, это время смены пропорций, появления нового ассортимента одежды и аксессуаров, смены пластического образа. Цветовая палитра в целом очень разнообразна, но самым устойчи-

вым в ней является монохромная гамма с преобладанием черного.

Не менее устойчивы и параметры формы. На рис. 4 показаны статистические модели распределения значимых параметров формы, это: эталонные значения: 0-в лифе (а), 0-в рукаве (б), 0-в юбке (в). Они выявляют антропологические характеристики тела в форме в естественных пропорциях, минимальных объемах и членениях.



д)

Рис. 4

Подчеркивают антропологическую линию талии, антропологическую плечевую точку, отличаются простотой конструкции, минимальным объемом формы, естественными пропорциями тела; признак 4 – заниженная линия талии (г); признак 7 – увеличенный объем формы в части лифа (д).

Как показывают статистические модели динамики развития в моде этих параметров, в рассмотренный период времени наибольшее предпочтение мастер отдает естественным характеристикам тела человека, эталонные значения параметров составляют 40, 50% и более; удлинение линии талии в моделях составляют 10, 20, 30 %; увеличенный объем в форме плечевой одежды составляет небольшую часть в коллекциях, всего 10...15 %.

Рассматривая эту динамику, можно говорить об устойчивых архетипах, присущих мастеру, по которым всегда можно отличить его почерк как органический сплав цвета, формы, пластики и фантазии, определенным образом вписанных в проектную культуру как самобытное явление.

Но процессы модных изменений нельзя назвать линейными. Напротив, одновременно сосуществует ряд вариаций и проходящих решений, комбинаторно сочетающихся уходящие и новые тенденции, которые и позволяют выявлять устойчивые архетипы.

ВЫВОДЫ

1. Семиотический подход к анализу иконографического материала моды позволяет вычленивать знаковые характеристики формы, как рекламного продукта с ярко выраженными цвето-пластическими характеристиками, и определить характерные архетипы, присущие мастеру и проектной культуре в целом.

2. Эволюционный подход к смене модных архетипов дает возможность наблюдать временную динамику развития модных архетипов и их вариаций с учетом устойчивых факторов целостной системы, которые подтверждаются статистическим анализом количественных показателей.

3. В познавательном плане рассмотренный пример можно считать структурной моделью аналогичного подхода к проектированию отечественных брендов с учетом устойчивых характеристик национального культурного наследия с его неповторимой элегантностью, благородством колорита, пластики и самобытной гармонии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Курасов С.В., Лаврентьев А.Н., Заева-Бурдонская Е.А., Сазиков А.В. Строгановка: 190 лет русского дизайна. – М.: Русский мир, 2015.
2. Мизонова Н.Г. Особенности народного текстиля и костюма на территории Ивановской области //Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2016, №1. С. 119...123.
3. Петушкова Г.И. Статистика как метод моделирования проектных ситуаций в дизайне костюма. – М., 2011.

REFERENCES

1. Kurasov S.V., Lavrent'ev A.N., Zaeva-Burdonskaja E.A., Sazikov A.V. Stroganovka: 190 let russkogo dizajna. – M.: Russkij mir, 2015.
2. Mizonova N.G. Osobennosti narodnogo tekstilja i kostjuma na territorii Ivanovskoj oblasti //Izv. vuzov. Tehnologija tekstil'noj promyshlennosti. – 2016, №1. S.119...123.
3. Petushkova G.I. Statistika kak metod modelirovaniya proektnyh situacij v dizajne kostjuma. – M., 2011.

Рекомендована кафедрой дизайна КНИТУ. Поступила 23.06.17.