

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ НА ДИЗАЙН И МОДУ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Серикова А. Н., доц., к.т.н.

*ФГБОУ ВО «Российский государственный университет
имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»,
г. Москва, Российская Федерация*

Сегодня информация играет ключевую роль в жизни человека, формирует его информационную среду, влияет на все сферы жизнедеятельности общества, включая моду и дизайн. Современную информационную среду можно рассматривать «как совокупность информационных условий жизнедеятельности человека (наличие информационных ресурсов и их качество, степень развитости информационной инфраструктуры)» [1, с. 18].

Первоначально информационная среда являлась отражением географической среды, где для человека основным источником информации была природа. Климатические условия определяли костюм человека, его форму и дизайн. Например, жители Древней Греции носили сандалии, в то время как народы Крайнего Севера – унты. В дальнейшем информационная среда дополнялась социокультурными явлениями, в частности религиозными. Это нашло отражение в дизайне одежды и обуви. Так, орнамент на одежде был не только украшением, но выполнял также роль оберега. Его размещали на тех участках одежды, где, по поверьям, тёмные силы могли проникнуть в человека: у горловины, у запястья, по низу одежды и т. п.

Появление новых технических средств передачи информации расширило потенциал информационной среды. Изобретение в XV в. печатного станка И. Гуттенбергом привело к возможности массового распространения информации, включая новости о моде и её тенденциях. В конце XVI в. в Европе стали печатать книги с наставлениями для модниц. В 1672 г. в Париже был основан первый модный журнал «Le Mercure Galant», публикующий информацию о моде и стиле [2, с. 48].

Появившиеся в XIX в. телеграф и телефон стали основными средствами связи на расстоянии. Это позволило дизайнерам и магазинам моды оперативно обмениваться информацией о новинках в мире моды и делать заказы. С появлением фотографии и кино в конце XIX – начале XX в. стало возможным сохранять и передавать дизайнерские решения и образы моды на фотографиях и в фильмах. В середине XX в. телевидение стало одним из самых популярных источников информации о моде. Модные показы и телешоу о моде стали средствами популяризации модных тенденций. Благодаря телевидению, такие знаменитости, как Коко Шанель, Одри Хепберн, Мадонна, имели огромное влияние на формирование модных тенденций. Их образы и стиль стали источником вдохновения для многих дизайнеров. С развитием Интернета важными источниками информации о моде стали онлайн-платформы и социальные сети, позволяя дизайнерам и модельерам достигать глобальной аудитории.

Таким образом, влияние информационной среды на дизайн и моду усиливается с развитием коммуникационных технологий и средств передачи информации. Это расширяет возможности дизайнеров, модельеров, позволяет им быть в курсе последних изменений в мире моды и вовремя ориентироваться на запросы потребителей.

Список использованных источников

1. Петрова, Е. В. Человек в информационной среде: социокультурный аспект / Е. В. Петрова – М. : ИФРАН, 2014. – 137 с.
2. Рокамора, А. Одевая город: Париж, мода и медиа / А. Рокамора; пер. с англ. К. Гусарова – М. : Новое литературное обозрение, 2017. – 224 с.