

Тени также создают эффект пространства, воздуха и объема, так свойственные стилю Web 2.0. Еще один способ придать логотипу визуальный объем – эффект мощного освещения. Логотипы выходят в лучи света, как актеры под театральные прожекторы. Но здесь есть хитрый прием: практически все эти логотипы плоские сами по себе, объем им придает иллюзия правильного освещения (рисунок 2).

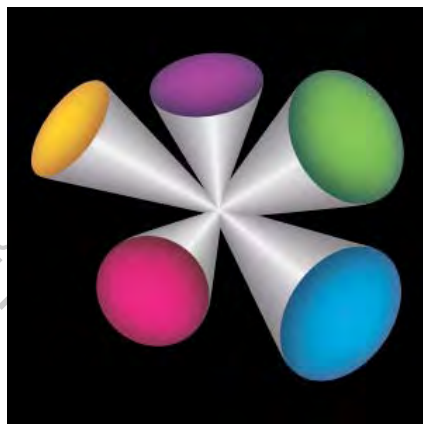


Рисунок 2 - Трехмерные объемные знаки: а) Компания Wasom, производитель графических планшетов и дисплеев; б) Мытищинский авторынок Формула 91

Трехмерность позволяет логотипу выбиться из массы плоских и однотонных коллег. 3D эффекты очень сильно привлекают внимание, они выявляют и подчеркивают новую эстетику в знакообразовании.

Расслоение на новую и старую эстетику все заметнее, но выльется ли оно в противоречие? Идет мощная волна редизайна многих знаков с использованием стиля Web 2.0., которая грозит накрыть знакообразование «хай-течными» образами. Но на самом деле, от конфликта должна спасти гибридность самих медиа (совпавшая с постмодернистской терпимостью), а значит пока сохраняется востребованность всех существующих стилей вне зависимости от их родословной.

УДК 687.1 (091)

ПРЕДПОСЫЛКИ ПОЛИСТИЛИЗМА В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНА

А.В. Фалей, Е.В. Гордеева

Многочисленность определений «моды» и «стиля», существующих в специальной литературе по теории проектирования костюма, совершенно размывает границы этих понятий. Сформулированные и принятые в середине XX века определения не учитывают тенденций постмодерна и особенностей эпохи постмодернизма конца XX – начала XXI века. Эти понятия в настоящее время, безусловно, больше связаны между собой, чем 50-60 лет тому назад. Однако законы формообразования и временная протяженность «стиля» и «моды» различают их несколько по другим законам, чем это было во время, когда Габриэль Шанель произнесла свою крылатую фразу: «Мода проходит – стиль остается». Это самое короткое и самое точное определение, характеризующее переменчивость и постоянство во взаимосвязи двух самых важных понятий в истории развития и теории проектирования костюма. Исторический опыт стилиобразования с 1900 по 1950 г. (эпоха модернизма) вычленил четыре исторически ценных «самородка». Это классический, романтический, фольклорный и спортивный стили. Каждый из этих стилей имеет свою временную историю (прообразы), свои идеи, образы, темы и композиционные приемы (силуэты, формы, пропорции, отделка, детали и цвет).

Таблица 1 - Композиционно-временная характеристика основных стилевых направлений эпохи модернизма (I половина XX в).

| Название | История возникновения и годы популярности в XX веке | Форма, силуэт, пропорции | Ассортимент, отделка, детали | Рисунок, цвет |
|---------------|--|---|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Классический | В мужской моде сформировался в XIX веке. В женской появился в начале XX века благодаря характерной тенденции «заимствование женской модой элементов мужского костюма». Был популярен в 30-40, 60-е, 80-е гг. | Прямоугольник, трапеция, перевернутая трапеция. Силуэт прямой, полуприлегающий, карандаш, пена, портал, стелла, кларнет, тубик, умеренные объемы, рациональный крой. | Классические формы: пиджак, жилет, брюки, прямая юбка, юбка в складку, туфли лодочки, сапоги, плащ тренкот, кашне, галстук. | Полоса, клетка пье-де-пуль, рыба, кость, горох. Цвета: черный, белый, серый, красный, коричневый, беж. |
| Романтический | Сформировался в 1830-1840 гг. (век поэзии). В XX веке был популярен: 1900-1930, 50-е, 70-е, 90-е гг. Характерная тенденция (заимствование мужской модой элементов женского костюма). | Трапеция, овал. Силуэты: Х-образный, приталенный, прилегающий, нью-лук, песочные часы, рыбка, веретено, рюмка, ножницы. Характерен контраст форм, объемов и членений. | Платья, нарядные блузы, шарфы, обилие украшений, воланы, фалды, рюши, буфы, кружева, бисер, стразы, перья, прозрачные материалы, блеск. | Цветочные мотивы, экзотические и фантазийные рисунки, белый цвет, нежные цвета, пастельные цветовые сочетания, яркие цвета |
| Спортивный | Появился в 30-е гг. в одежде для отдыха и туризма. Был популярен в 30-е гг. в 60-е, 80-90-е гг. Характерные тенденции: атлетизм, спортивный гламур | Форма – прямоугольник, силуэт прилегающий, полуприлегающий, вторая кожа, тождество форм, естественные пропорции. | Футболки, тенниски, майки, шорты, куртки, бейсболки, кроссовки. Молния, канты, лампасы, символика. | Полосы, логотипы, буквы, цифры, знаки, яркие цвета, контрастные цветовые сочетания. |
| Фольклорный | Появился в 1925 г., когда Н. Ламанова разработала коллекцию моделей из вышитых русских полотенец и получила в Париже приз за оригинальность. Был популярен в 20-30, 60-е, 80-е гг. | Прямоугольник, трапеция. Силуэты: прямой, свободный, приталенный, прямолинейный крой, крой «реглан». Расположение декора по линиям кроя | Блузы в народном стиле, юбки «татьянки», дубленки, вышивка, аппликация, тесьма, бахрома, пэчворк, мережка. | Геометрический и растительный орнамент, яркие цвета, сдержанные (натуральные) цвета. |

Явление одновременного существования четырех «основных» стилевых направлений в 60-е и 70-е годы послужило причиной возникновения полистилизма конца XX века. Переход от моно к полистилизму отразила мода 80-х гг., когда вышеназванные стили в чистом виде почти не встречались, а сформировался диффузийный стиль. Полистилизм характеризует эпоху постмодернизма. В моде Модерна одновременное параллельное существование нескольких стилей невозможно, а в постмодерне возможно. Произошло разделение понятий стиль художественный и стиль в моде. Стиль в моде – «специфическая комбинация выразительных средств, используемых для обозначения принадлежности к обществу носителей ценностей». Авторские определения стиля в моде коротко и точно, формулирующие характерные его черты: способ построения произведения; степень совершенства произведения; фигура эпохи в костюме; форма, в которой воплощается замысел; выражение эпохи и народа через личный

темперамент. Стиль определяется выбором формы, стиль – «совокупность закономерностей формообразования, единство элементов, тем, мотивов, техник, гармонично соединенное разумом, которому эти части подчиняются».

УДК 687.016:658.628

КОЛЛЕКЦИЯ ЖЕНСКОЙ ПОВСЕДНЕВНОЙ ОДЕЖДЫ

Л.В. Попковская, Т.В. Панькова

В основе создания дипломной коллекции лежит анализ творческого мотива – обложки журнала мод. В исследовании композиционно-графических особенностей обложки рассматривались такие fashion-издания как журналы «BAZAAR», существующий уже 140 лет, советские «ЖУРНАЛ МОД» и «МОДЕЛИ СЕЗОНА» за период 1959-1980 гг., «International Textiles» за 2007-2008 годы.

Сравнительная характеристика основных композиционных приемов выявляет специфику изображения именно повседневной одежды, наиболее массовой в своем потреблении. Бельевая, домашняя или нарядная одежда освещаются в специальных выпусках модных журналов, поэтому подобные назначения изделий не рассматривались. Модели повседневных платьев из дипломной коллекции сохраняют право называться таковыми – модели неярких тонов, спокойных фактурных отношений, подчиняющиеся требованиям практичности, удобства кроя, сдержанности декора.

Определилась полная зависимость специфики подачи, способов стилизации модели-фигуры от пластического и геометрического периодов моды при рассмотрении особенностей изображения образов. Основную информацию (порядка 90%) об окружающем нас мире мы получаем с помощью зрения. Проведенные исследования представлены в табличной форме. Данные по анализу методов изображения графических иконов систематизированы и классифицированы в контексте периодичности и временном их использовании:

- фотографический – начиная с 1941 года с трехгодичной повторяемостью по настоящее время с ежегодным использованием этого метода (хотя потеря интереса к фотографии была обнаружена в середине 1960-х);

- иллюстративный – начиная с 1893-1910 гг., с периодичностью 3-4-х лет и сменяемостью интереса в 1970 году, активность этого метода явно проявилась в 20-е годы XX века в работах художников-эмигрантов, а затем в первые послевоенные годы, на рубеже 1950-х и начала 1960-х.. При анализе выявилось, что иллюстративный метод включает внутри себя следующие разновидности, которые можно обозначить как:

- а) абстрактно - символический, начинавшийся в 1928, популярный в 1936-1939 гг. - явно запоминающийся метод, отличающийся на обложках изображениями ключа, карнавальной маски, открытой двери, ножниц, перчаток, губ, глаза. В 1944 символизм вновь в моде, но это фрагментарно;

- б) графический через следующие известные приемы:

- линейно-пятновой (1914, 1921-1929, 1956 гг.);

- пятновой (1929-1938 гг., 1956 и 1970 гг.);

- линейная подача использовалась единожды в 1946 г., что оправдано отсутствием должных графических средств после войны. Тонкость и изящество линий не является достаточно выразительными для активизации рекламного уровня. Линейный прием также как и штриховой в чистом виде для обложки современного журнала неприемлем.

На смену вышеуказанным методам изображения приходит рекламное изображение, хотя его первые проявления были и в 1910-1911 гг., затем в 1928-1930 годах и повторились уже в 1970 году. Его сменил фотодизайн. Однако современные типографические возможности не могут обходиться без наличия обработанных рисунков в специальных дизайн-программах.