



УДК 76.087

ОПТИЧНІ ІЛЮЗІЇ У ДИЗАЙНІ

БОРИСОВ Вячеслав

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Полтава,
Україна

borysow13@gmail.com

Висвітлено використання оптичних ілюзій у дизайні. Розглянуто вплив напрямку оп-арту на різні сфери дизайну і специфіку використання оптичних ілюзій у дизайні.

Ключові слова: *дизайн, оп-арт, оптичні ілюзії, вплив, запозичення.*

ВСТУП

На початку ХХ століття авангардне мистецтво обіймало різноманітні напрями. Одні з них прагнули передати внутрішній світ людини, її психічний стан і емоції. Інші намагалися сконструювати нову реальність, виявити структуру, будову речей щоб наголосити на виразності та інформативності оточуючої дійсності. У творах оп-арту поєднуються ілюзорне і реальне. Саме це поєднання впливає на глядача. Змінюється атмосфера навколо нього. Напрямок оп-арту у живопису був популярним у 60-і роки ХХ століття, але на відміну від поп-арту не отримав широкого визнання. Натомість оп-арт мав великий вплив на різні сфери дизайну. У наш час дизайнери продовжують надихатися творами оп-арту. У використанні зорових ілюзій вони відшукують різноманітні ідеї формоутворення. Діючи оп-арту використовували різні зорові ілюзії, зважаючи на особливості сприйняття людиною пласких і просторових фігур. Сприйняття об'єкту ґрунтується на оптичній ілюзії: зображення існує не тільки на поверхні, але у дійсності і в очах, і у мозку глядача.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завдання дослідження – висвітлити використання оптичних ілюзій у дизайні та розглянути вплив напрямку оп-арту на різні сфери дизайну і специфіку використання оптичних ілюзій у дизайні.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

У середині 60-их років ХХ століття оп-арт проник у дизайн. Художники і дизайнери надавали особливої уваги кольору. Серед них популярним був метод розроблений швейцарським психотерапевтом М. Люшером, який пов'язував ситуативний стан особистості з вибором певних кольорів [1].

Дизайнери звернули увагу не тільки на ефект шоку, який викликали у глядачів твори оп-арту, але і на те, що зорові ілюзії можна використовувати з метою візуальної зміни форми, поверхні об'єкту, надавати йому нову пластику, залишаючи незмінними конструкції. Одну і ту ж саму форму можна візуально змінювати декілька разів завдяки використанню різних ілюзій.

Сучасні дизайнери успішно використовують можливості зорових ілюзій, пропонуючи споживачу зануритися в іншу реальність. У дизайні інтер'єрів



житлових і громадських будинків, у оформленні меблів використовують ілюзорно об'ємний малюнок. Іноді оздоблення стін виконують у єдності з підлогою і стелею, меблями досягаючи ефекту злиття, взаємних переходів. Для організації таємничого пульсуючого простору, для створення гри світла і тіні розміщують світлові елементи на стелі, меблях, предметах інтер'єру. Мотиви оп-арту простежуються у творчості таких дизайнерів, як Гаetano Пеше, П'єр Полен, Карім Рашид. Оп-арт є популярним у дизайні текстилю. Яскравим прикладом є орнаменти дому Missoni. Відмінною рисою цього італійського дому моди є візерунки для тканин з зигзагів і смужок. Одяг Missoni набув популярності у 60-і роки ХХ століття, коли оп-арт був на вершині популярності. Але і сьогодні ця фірма є популярною і не втрачає позицій на ринку одягу. Сьогодні у дизайні одягу зорові ілюзії активно використовуються з метою корекції фігури, зміни пропорцій. Ілюзії використовуються не тільки у забарвленні тканин, але і у лініях крою одягу. Залишається досить популярною ілюзія контрасту, що візуально створює новий силует фігури у одягу. Цей прийом зустрічається у колекціях сучасних дизайнерів, зокрема Кристофера Кейна, Хусейна Чалаяна. Оптичні ілюзії широко використовуються у рекламі. Популярною є ілюзія, що була створена професором психології Токійського університету Ritsumeikan Акійоші Кітаока (Akiyoshi Kitaoka). Це статичне зображення. Професор задіяв ілюзію напливу на спостерігача. Завдяки цьому статичне зображення сприймається як динамічне.

ВИСНОВКИ

Існують відмінності у використанні оптичних ілюзій у мистецтві і дизайні. У напрямі оп-арт, художники ставили собі за мету відтворити власні суб'єктивні враження і фантазії у творі. Дизайнери натомість використовують оптичні ілюзії з метою повністю змінити або скорегувати існуючу форму, зорозширити простір. Схожість залишається у тому, що і художники і дизайнери працюють з ахроматичною кольоровою гамою або із контрастними кольорами і плоскими геометричними фігурами. Хоча у другій половині ХХ століття пророкували швидке згасання інтересу до оп-арту, у ХХІ столітті цей напрям є поширеним у мистецтві та дизайні. При використанні оптичних ілюзій дизайнери прагнуть візуально перетворити форму. Дизайн запозичив від мистецтва оптичних ілюзій прийоми роботи з геометричними фігурами на площині, кольоровими і тональними контрастами, прийоми створення ілюзій викривлення і руху. Зорові ілюзії є підґрунтям сучасної 3D графіки і стріт-арту. Наразі оптичні ілюзії активно застосовуються у графічному дизайні і рекламі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Lusher M. Four-colored human, Ullstein, 2005, p. 121–124.

BORISOV V. OPTICAL ILLUSIONS IN DESIGN

The use of optical illusions in design is highlighted. The influence of op-art direction on various spheres of design and the specifics of the use of optical illusions in design are considered.

Key words: design, op-art, optical illusions, influence, borrowing.