

УДК 7.012:001.891

ВИКОРИСТАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ПРИНЦИПУ ЗОРОВИХ ІЛЮЗІЙ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

Н.В. Чупріна, О.Л. Пінкевич

Київський національний університет технологій та дизайн

В даній статті зорові ілюзії розглядаються в якості оптичних ефектів, що примушують людину обманювати: те що ми бачимо, не завжди відповідає реальності. Досліджуючи розвиток та особливості ілюзій в одязі, можна помітити, що фігура лишається незмінною зі своїми недоліками з точки зору моди, а змінюється образ за допомогою принципів зорових ілюзій. Використовуючи ілюзії в одязі можна не тільки зробити фігуру людини більи-менш ідеальною, але і досягнути естетичного та парадоксального сприйняття художнього образу моделі. За допомогою лінії, форми, кольору, орнаменту фігура змінює форму.

Ключові слова: дизайн одягу, зорові ілюзії, особливості сприйняття, композиційно-художні якості, моделювання, об'ємний простір, симетрія, ритм, композиційний центр, оптичний ефект, деформація прямих, маскування фігури.

Дизайн одягу вважається особливим видом дизайну. Створюючи костюм, дизайнер створює не тільки матеріальну оболонку для людини, а проектує її саму в певному образі та пропонує їй конкретну поведінкову роль. В останні роки зросло значення проектно-художньої діяльності в галузі дизайну одягу і в Україні. З'явилися вітчизняні бренди, стали традиційними сезонні покази моди. Проектуванням одягу займаються дизайнери з професійною підготовкою, головним завданням яких став пошук нового художнього образу костюма через форму, силует, колір, декор. У сучасних умовах потрібний фахівець, орієнтований на експеримент, який свідомо ставить перед собою певні формотворчі завдання.

Постановка завдання

Мета даної роботи полягає в дослідженні явища зорової ілюзії не лише на площині, а й в одязі. Будучи частиною матеріально-предметної культури суспільства, дизайн впливає на свідомість людей та їх естетичні смаки, тому велике значення в дизайні відводиться композиційно-художнім якостям проєктованих об'єктів. В історичному процесі розвитку дизайну постійно йде пошук засобів, які сприяють створенню гармонійної форми, предметного середовища, людини і, нарешті, суспільства.

Об'єкт та методи досліджень

Об'єктом даного дослідження є сприйняття зорової ілюзії в одязі, а предметом дослідження – аналіз зорових ілюзій, які впливають на сприйняття костюма, і вивчення

особливостей їх використання в проектуванні сучасного одягу. Для досягнення поставленої мети застосовано такі методи наукових досліджень як літературно-аналітичний (для збирання, систематизації та узагальнення науково-літературних джерел) та предметно-аналітичний метод (при роботі з візуальними матеріалами). У процесі дослідження було використано журнали, книги, фотографії де були зображені роботи відомих особистостей.

Результати досліджень та їх обговорення

Зорові ілюзії в даному процесі необхідно розглядати як невід'ємний композиційний засіб. Вивчення і систематизація зорових ілюзій, що використовуються в сучасному дизайні одягу, дозволить поліпшити якісний рівень підготовки дизайнерів одягу.

Зорові ілюзії в дизайні костюма, як правило, використовують для наближення реальних розмірів фігури до комфортних. Ілюзії, або «зоровий обман», почали використовувати в одязі дуже давно. В історії костюма багато прикладів: талію «робили» вузькою, розширюючи спідниці, «подовжували» ноги за рахунок завищеної лінії талії, створювали ілюзію маленької голови величезним коміром «фреза». Дослідженню оптичних ілюзій присвячена велика кількість наукової літератури. Початок цим дослідженням було покладено в 20-і роки ХХ століття німецькими психологами (так звана гештальтпсихологія). У Росії в 1934 році була опублікована книга С.Н. Беляєвої-Екземплярської «Модельювання одягу за законами зорового сприйняття», в якій було дано огляд оптико-геометричних ілюзій і викладені цікаві ідеї їх застосування в одязі. Питанням зорових ілюзій в костюмі займалися багато дизайнерів, теоретики моди і мистецтвознавці: Ф.М. Пармон, В.В. Єрмілова, Д.Ю. Єрмілова, Г.М. Гусейнов, Г.С. Горіна, Г.І. Петушкова та ін. Зараз закони композиції дизайнерських об'єктів (в даному випадку костюму) добре вивчені. Багато значення приділяється зоровим ілюзіям як засобам композиції. Так, наприклад, Єрмілова В. В. виділяє два шляхи використання зорових ілюзій. Перший – створення ілюзій в одязі. Фігура залишається незмінною зі своїми недоліками з точки зору моди певного відрізка часу, а змінюється зоровий образ за допомогою прийомів зорових ілюзій: підкреслюються вертикалі будь-якими засобами модельювання для додавання фігурі стрункості, використовуються картаті і смугасті тканини, особлива увага приділяється модельюванню комірів і вирізу горловини тощо Другий шлях використання зорових ілюзій – створення модельного одягу в стилі «поп арт», який вимагає геометрично точних сполучень ліній, смужок, клітин, а також перетворення площини тканини в ілюзорний об'ємний простір [1].

Існують інші прийоми використання зорових ілюзій в дизайні одягу, які на даний момент не достатньо вивчені. Це використання зорових ілюзій як відволікаючий момент від недоліків фігури або створення виразного образу костюма, незалежно від його носія. У зв'язку з поставленими новими завданнями перед дизайнером костюма, зорові ілюзії потрібно розглядати більш широко, пов'язуючи їх з такими засобами композиції, як форма, членування, симетрія, ритм, композиційний центр та ін. У той же час потрібно розуміти, що зорові ілюзії це не тільки засіб застосованих композиційних прийомів, а й наслідок оптичного сприйняття форми та образу. Функціональне використання зорових ілюзій є неоднозначним. Феномен ілюзорного сприйняття в одязі необхідний не тільки як фактор поліпшення фігури, але і як обов'язковий та невід'ємний засіб для створення естетично значимого і виразного художнього образу костюма.

Найбільш дослідженими в дизайні костюма сьогодні вважають оптичні ілюзії, пов'язані з помилкою зорового сприйняття об'єктів: їх кольору, величини, форми, віддаленості та ін. Існує думка, що життя являє собою невинний процес прийому, обробки та оцінки інформації, що отримується з навколишнього середовища. Серед усіх сенсорних систем зорова система найбільш інформативна. За підрахунками, близько 90% всієї інформації про довкілля людина одержує завдяки зору. Воно забезпечує сприйняття різних предметів та їх властивості: колір, форму, величину, взаємне розташування в просторі, графічні сигнали (букви, цифри, малюнки). Зір людини не несе об'єктивної інформації про реальні характеристики та якості конкретного предмета. Тобто, оптичний ефект сприйняття змушує обманюватися, не дає реальної оцінки об'єкта. Складні колірні поєднання не сприймаються оком об'єктивно, звідси – виникнення зорових колірних ілюзій. Існує й ілюзія оцінки простору: відстань, глибина простору оцінюється за рядом ознак: зображення ближче розташованих предметів частково накладається на зображення, які знаходяться за глядачем [2]. З віддаленням предметів від ока зменшуються їх розміри, рельєфність їх форми, різниця тіней на поверхні, насиченість кольорів. Сприйняття зображення об'єкта залежить від тла, на якому він знаходиться. На формування зорового образу і зорових ілюзій впливає також характер зображення об'єктів. Зорові ілюзії сприйняття форми предметів, простору і предметів у просторі виникають на психологічному рівні переосмислення дійсності в головному мозку.

Залежно від причин виникнення, розрізняють три види зорових ілюзій:

- фізичні, обумовлені відображенням або заломленням променів, внаслідок чого предмет сприймається не в тому місці, де він дійсно знаходиться;

- фізіологічні, залежні від пристрою людського ока, яке розрізняє різну чутливість для різних місць зорового поля;
- психологічні, до яких відносяться сприйняття сенсу цілої фігури, напрямки уваги, вплив минулого досвіду, розуміння перспективи.

Пряме відношення до костюма мають другий і третій види ілюзій, які пов'язані саме зі сприйняттям кольору, напрямків ліній, кутів.

Необхідно виявити ряд загальних принципів, за якими людина розпізнає об'єкти. Найпростіший з усіх можливих способів розпізнавання образів – порівняння з еталоном. Щоб реалізувати цей спосіб, необхідно мати шаблон – еталон для кожного з образів, які треба визначити. Сам процес розпізнавання здійснюється шляхом порівняння зовнішнього сигналу – подразника з набором внутрішніх еталонів. Знаходження еталона, який краще за інші відповідає сигналу, означає «впізнання». Порівняння з еталоном - найбільш проста схема розпізнавання, але в той же час сама ненадійна (не вистачає еталонів, різноманітності, немає варіантності образів) [3].

Зорове сприйняття людини в одязі зводиться до порівняння з еталоном стереотипу естетичного ідеалу. Естетичний ідеал краси – стереотип красивої фігури – прагнення і можливість костюмом змінити фігуру. Більшість оглядачів та істориків моди визнають, що одяг відчуває вплив мистецтва та візуальної культури і сам впливає на тенденції їх розвитку. Саме під впливом загальноприйнятих естетичних установок формувалися жіночий і чоловічий силуети, образи, уявлення про ідеали тілесних формах і форму одягу. Перш, ніж прийняти те чи інше модне віяння, людина конструє образи, пов'язані з оформленням своєї зовнішності, самопочуттям, реакцією інших людей. Ці образи, як і будь-яке інше уявлення, схематичні, але максимально відповідають ідеальному образу, який представлений як мета.

Саме цей процес, який стосується кожного суб'єкта окремо і суспільства в цілому, висуває зорові ілюзії на роль головного засобу у візуальній зміні сприйняття реальності. В даному випадку зорові ілюзії можна розглядати як головний засіб композиції костюма, кінцева мета якого візуально змінити суб'єкт або дати «прикрашену», «помилкову» інформацію про нього. Так, наприклад, носіння яскравого одягу створює враження дорожнечі, а значить, матеріального благополуччя людини. Але це відбувається не завжди, а лише в ситуаціях формування першого враження, швидкої передачі інформації про суб'єкта, коли інші джерела інформації відсутні, перетворюючись у свого роду носія якогось ідеального змісту. Дизайнер одягу, діючи в певних обставинах, які передбачають

залучення уваги і позитивної реакції оточуючих до конкретної особистості, використовує можливість візуальної зміни деяких деталей зовнішнього вигляду носія костюма для створення оптимального уявлення про нього. Дизайнер, використовуючи особливості зорового сприйняття костюма як властивість, а зорові ілюзії як засіб, «ліпить» нормативний образ для конкретної соціальної системи. Ця нормативність стверджує, доповнює і розвиває естетичний ідеал. У такому контексті метою роботи дизайнера одягу можна позначити подолання суперечностей між зовнішнім виглядом людини і естетичним ідеалом даного часу [2]. А головним засобом в цій роботі можна виділити зорові ілюзії, які є причиною «помилкового» зорового сприйняття костюма і його носія. Можна виділити чотири напрямки використання зорових ілюзій в дизайні одягу:

- зорове виправлення недоліків фігури людини як один з основних засобів;
- відволікання уваги від нестачі, шляхом підкреслення переваг;
- внесення в костюм «яскравого» акценту, який нівелює носія одягу;
- створення виразного художнього образу костюма.

Аналізуючи моделі великого дизайнера ХХ століття П'єра Кардена, виконані із застосуванням зорових ілюзій в костюмі, необхідно відзначити що, збільшуючи обсяг однієї деталі костюма, акцентуючи увагу виразним доповненням або обробкою, автор створює зухвало екстравагантний образ, відкидаючи на другий план фігуру, її переваги і недоліки [3]. На прикладі студентських робіт Харківської державної академії дизайну і мистецтв також можна розглянути деякі варіанти використання зорових ілюзій в проектуванні костюма:

1. Використання ілюзії Мюллера-Лайера: зорова зміна сприйняття довжини торсової частини фігури. Створюється враження різного зросту і стрункості фігури. Суттєву роль відіграє фактура і тон використаних матеріалів і малюнок на тканині. В даному випадку «горох» служить пом'якшувачим і відволікаючим елементом у сприйнятті ефекту від використовуваної зорової ілюзії. Великі декоративні банти, однакові за розміром і формою, сприймаються по-різному, в першому випадку вони виходять за рамки силуетної форми костюма, а в іншому – знаходяться в ній.
2. Використання ілюзії збільшення фігури: заповнення силуетної форми поперечними і вертикальними лініями з додаванням декоративних акцентів у вигляді великих бантів дає можливість візуально змінити фігуру, розширити її або звужити. При цьому важливо, якої ширини смуга, якою вона фактури, кольору і який ритм повтору.
3. Використання ілюзії Сторі: розподіл фігури на інтервали, які плавно збільшуються (зменшуються). Можна створити враження вищої і стрункішої фігури. При цьому,

чим контрастніше і частіше ритм повтору смуг, тим більше зоровий ефект викривлення. Важлива також ширина і тональність смуг.

4. Використання ілюзії деформації прямих Ліпса (рух кіл уздовж тіла) допомагає створити враження стрункості фігури і вигідно підкреслити «потрібні» конструктивні пояси. Ілюзія контрастної оцінки величини фігури в залежності від оточення (різна величина сережок по відношенню до особи), створює враження різної величини особи.
5. Використання ілюзії фігури Бенуссі. Фігура може виглядати коротшою чи довшою, бо виразне декоративне членування фігури підкреслено закритими або відкритими дотичними членуваннями. Тому візуально вона читається відкритою системою без конкретних обмежень.
6. Використання ілюзії маскування фігури фоном використовують, щоб, привертаючи увагу до акценту в костюмі, відвернути увагу від «проблемних» частин фігури. Силует фігури, як би зливається з фоном. При цьому саме ця частина фігури стає менш «прочитаною».

Використовуючи в комбінації ілюзії Шумана, Мюллера-Лайера, переоцінки вертикальних ліній Готеля і Кундта, можна створити складне і неоднозначне прочитання художнього образу костюму. Маючи за об'єкт дизайну конкретну фігуру, дизайнер створює зовсім різні за емоційно-інформативним характером костюми, які можуть змінювати віковий та соціальний статус носія одягу. Пошук різного декоративного вирішення однієї і тієї ж форми і розумне використання зорових ілюзій веде до створення абсолютно різних за візуальним сприйняттям костюмів.

Висновки

XXI століття – час технічного та інформаційного прогресу, гуманізації всіх сфер суспільного життя, століття промислового виробництва одягу – значно спрощує зовнішнє формоутворення костюма. Його внутрішній, «духовний» зміст стає складнішим і асоціюється з емоційністю, моральністю, образною виразністю. У той же час, це епоха масового виробництва однотипних речей, що викликало масове споживання відповідно до загальноприйнятих стандартів. Кожне суспільство в конкретний час «створює» свій стереотип естетичного ідеалу сучасності. І кожен соціум цього товариства змушений прагнути до цього ідеалу. Його прагнення обґрунтовано тим, що мода зі способу дій людини з предметами одягу перетворилася в мету його соціальних дій, що дозволяє заявити про своє прагнення певної соціальної ролі. Дизайнер створює естетичний ідеал і

продумує систему відповідності йому загальної маси населення, тим самим, ставлячи суспільство в залежність від своїх послуг.

Є чотири варіанти вирішення проблеми: відмовитися від сучасних модних пропозицій; скоригувати образ за допомогою хірургічного втручання; вдатися до допомоги фізичного навантаження і голодування, і останній – дизайнерськими прийомами скорегувати або приховати недоліки за допомогою оптичних ілюзій сприйняття форми. Останній спосіб найпростіший, безпечний і доступний. Тому знання і вміння використання оптичного сприйняття дійсності є важливим фактор в дизайні сучасного одягу для масового споживача та створення образу сучасного соціуму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Рудольф Арнхейм ; [пер. з англ.] - М.: Архитектура-С, 2007. – 392 с.
2. Бердник Т.О. Основы художественного проектирования костюма и эскизной графики : учебн. пособие [для студ. высш. и ср. спец. уч. заведений] / Т.О. Бердник. – Ростов-на Дону: Феникс, 2007. – 319 с.
3. Шершнева Л.П. Проектирование и производство женского платья / Л.П. Шершнева, А.П. Рогова. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1983. – 223 с.

Н.В. Чуприна, О.Л. Пинкевич

Использование и особенности восприятия принципа зрительных иллюзий в дизайне одежды.

В данной статье зрительные иллюзии рассматриваются в качестве оптических эффектов, заставляющих человека обманываться: то, что мы видим, не всегда соответствует реальности. Исследуя развитие и особенности иллюзий в одежде, можно заметить, что фигура остается неизменной со своими недостатками с точки зрения моды, а меняется образ с помощью принципов зрительных иллюзий. Используя иллюзии в одежде можно не только сделать фигуру более-менее идеальной, но и достичь эстетического и парадоксального восприятия художественного образа модели. С помощью линии, формы, цвета, орнамента фигура меняет форму.

Ключевые слова: *дизайн одежды, зрительные иллюзии, особенности восприятия, композиционно-художественные качества, зрительный обман, моделирование, объемное пространство, симметрия, ритм, композиционный центр, оптический эффект, деформация прямых, маскировка фигуры.*

N.V. Chouprina, O.L. Pinkevich

The use and features for perception of visual illusions principles in the design of clothes.

In this article visual illusions are examined as optical effects compelling a man to cheat: that we see, not always corresponds to reality. Exploring development and features of illusions in clothes, it is possible to notice that a figure remains unchanging with failings from point of fashion, and appearance changes by principles of visual illusions. Using illusions in clothes it is possible not only to do a figure more or less ideal but also to attain aesthetic and paradoxical perception of image of model. By a line, form, color, decorative pattern a figure changes a form.

Keywords: *design of clothes, visual illusions, features of perception, composition-artistic qualities, visual deception, design, by volume space, symmetry, rhythm, composition center, perceptions, optical effect and deformation of lines and disguise of figure.*