

УДК 687.01.6.5 (075.8) (575.2) (04)

Международный сборник научных трудов".@OO"ICOMOS в Таджикистане", июнь 2015 г.

Международный сборник научных трудов".@OO"ICOMOS в Таджикистане", июнь 2015 г.

Значение цвета в современном искусстве костюма.

Авторы: Копелович Н.П., доцент кафедры ХПИ, ФАДиС, Чернышева Е.В., старший преподаватель кафедры ХПИ, ФАДиС.

Ключевые слова: цвет, колористика, цветовые гармонии, мода, цветовые предпочтения, цветовой тон, насыщенность, семантика цвета.

Что такое цвет и его важность.

Цвет – одно из самых загадочных и удивительных по силе воздействия на человека явлений предметного мира. Человек воспринимает мир в цвете и без цвета наша жизнь была бы совершенно иной. Бесконечная смена цветовых ощущений сопровождает его всю жизнь. Все виды изобразительного и прикладного искусства, а также мода широко используют возможности воздействия цвета на человека.

Цвет представляет собой эмоциональный язык, при помощи которого общаются не только дизайнеры и создатели моды, но он также играет роль послания предназначенного всему миру. Воспринимаемое визуальное сообщение благодаря цвету оказывает более сильное эмоциональное воздействие на зрителя. Так, удачно подобранное цветовое решение в общем композиционном построении повышает его выразительность, образность, запоминаемость. Цвет один из важнейших элементов создания модной одежды.

Цвет способен влиять на наше психофизиологическое состояние. « У людей чувствительных к цвету, несимпатичные им цвета могут спровоцировать даже психические расстройства». Именно цвет влияет на настроение и формирует отношение покупателей к продукту дизайнера. Однако, цвет может вызывать неоднозначные реакции. Только правильно выбранный цвет, его оттенки и сочетания могут сделать одежду эмоционально окрашенной, выразительной и соответствующей смысловому контексту.

При создании современной модной одежды как и любого дизайн-проекта, важной задачей является выбор цвета. Цвет – важнейшая из характеристик любого художественного произведения, в том числе и в костюме. Особенно ярко этот процесс проявляется при создании нового образа. Меняется мода – меняется цвет.

Для правильного выбора цвета или цветового сочетания необходимы определенные знания. Проблемы цвета под различными углами зрения изучают в настоящее время в целом ряде наук и научных дисциплин: в физике, физиологии, психологии, биологии, теории и истории искусства, культурологии, философии, эстетике, дизайне и многих других прикладных наук. По словам знаменитого французского художника Жоржа Сёра цвет подчиняется определенным правилам, которым можно научиться. Искусство и наука не противоречат друг другу. «Дизайнеры,...должны хорошо знать общие объективные законы формы и цвета. Им приходится несколько раз в год составлять новые коллекции модных цветовых гамм. Если новые модные цвета будут близки их собственным субъективным цветовым предпочтениям, то найти нужные тона и оттенки дизайнерам будет очень легко, а их коллекции окажутся убедительными и будут иметь успех. Но если

модные цвета не совпадают с субъективными предпочтениями того или иного дизайнера, то потребуются колоссальные усилия, чтобы создать то, что требует мода».

Каждому времени свой цвет.

Существует взаимодействие цвета и времени – каждая эпоха выбирает свой цвет, у каждого времени свой эстетический идеал красоты. Известно, что серый цвет был цветом пуританства и послевоенной Британии, пурпур, как символ власти, был любим в Древнем Риме, а появление большого цветового разнообразия в одежде служило праздником процветания нации.

Выбирая отдельные цвета, их оттенки и сочетания, дизайнер может сделать форму эмоционально окрашенной, праздничной, торжественной или деловой, придать ей оттенок грусти или трагичности.

В настоящее время, цветовые предпочтения меняются от сезона к сезону.

Современная мода очень демократична и не оказывает предпочтений какому-то одному цвету. Более того, каждый дизайнер имеет свою стратегическую концепцию цвета в одежде. Например, японка Р. Кавакубо – представитель деконструктивизма в дизайне одежды – подчеркивала новизну и остроту формы своих моделей черным, серым и белым цветом. Японский дизайнер И. Миаке в своих коллекциях использовал яркие «радостные» цвета, т.к. считал, что цвет одежды должен вызывать положительные эмоции, доставлять людям радость. Другой японский дизайнер Й. Ямомото, поразивший в начале 1980-х гг. Париж своими авангардными коллекциями, выбирал для них модели только черного цвета.

Прогнозирование цветовых тенденций.

Дизайнер должен быть в курсе прогнозов цветовых тенденций на грядущие сезоны. В индустрии моды подобные сведения распространяются через выставки, веб-сайты и журналы посвященные моде.

Делалось множество попыток выявить закономерности развития модной цветовой гаммы. Смена модных тенденций в области цвета в целом соответствует циклам развития модной формы костюма. Новая форма (новые силуэты, объемы, пропорции), как правило, появляются в черном цвете, а уходящая форма разрабатывается в сложной гамме, преобладают оттеночные решения цвета. В целом модная цветовая гамма («теплая» или «холодная») актуальна примерно столько же времени, сколько и ведущая базовая форма (пять – шесть лет). Однако, прогнозирование цвета в костюме основано не только на изучении динамики развития модной формы, но и на исследовании цветового восприятия и цветовых предпочтений людей, принадлежащих к разным возрастным группам, которые проводятся под эгидой Международной ассоциации цвета. На основе этих исследований строятся прогнозы цветовых предпочтений, которые и реализуются впоследствии в виде модных тенденций.

Обладать цветовым зрением – это значит иметь возможность получать и перерабатывать большое количество информации о внешней среде. Способность видеть цвет имеет для нас очень большое значение в эстетическом плане. Цвет как источник эстетического наслаждения стоит в одном ряду с музыкой, литературой и искусством, и они являются продуктом деятельности необычайно развитого мозга, который обладает до конца не исследованными резервными возможностями. Реализация этих возможностей ведет к

появлению сложной культуры, которая считается высочайшим достижением человечества.

Человек с нормальным цветовым зрением может воспроизвести видимые оттенки светового пятна любого цвета с помощью смеси трех основных цветов: красного, зеленого и синего. На этих предпосылках основана трехцветная теория зрения (теория Юнга – Гельмгольца), которая получила наибольшее признание. Любой воспринимаемый нами цвет – продукт работы мозга. Неудивительно, что разные люди по-разному видят краски, неодинаково ощущают гармоничность или диссонансность их сочетаний.

Цветовые предпочтения потребителей.

Цвет изделий является сложным стимулом для зрительной системы человека. В пределах зрительного восприятия цвет вызывает разную эмоциональную реакцию у каждого человека. Эмоциональное воздействие цвета связано с физиологическим воздействием и ассоциациями, присущими этому цвету. Например, красный цвет обладает большой силой воздействия, чем голубой. Красный цвет возбуждает нервную систему и активизирует мышечную силу. Синий цвет оказывает тормозящее действие. Теплые цвета являются цветами экстравертами (обращенные наружу), синие, фиолетовые, зеленые – цветами пассивной интроверсии (обращенные внутрь).

Японский исследователь цвета Х.Чидзиива сделал вывод, что у молодежи слабее, чем у людей старшего поколения, развито чувство социальной общности, она менее привержена традициям и обычаям, поэтому не придерживается цветовых ассоциаций, ей свойственна непосредственная реакция на цвет.

Испытания, проведенные Американским бюро стандартов, показали, что цветовосприимчивость меняется с возрастом и состоянием здоровья. Положительные эмоции увеличивают чувствительность глаза к красно-желтой части спектра. Отрицательные эмоции повышают чувствительность глаза к сине-зеленой части спектра.

Исследования в области цвета применительно к потребностям человека показали, что при выборе цвета любой вещи, предназначенной для человека, необходимо учитывать его цветовые предпочтения. Так, дети в возрасте до одиннадцатого года независимо от расы и места проживания предпочитают одинаковые цвета: красный, оранжевый, желтый. Среди подростков и взрослых цвета по своей популярности распределяются следующим образом: голубой, зеленый, красный, желтый, оранжевый, фиолетовый, белый.

Закономерная картина цветовых предпочтений может временно видоизменяться под влиянием моды. Модный цвет нужен не только для одежды. Модный цвет связан с костюмом, интерьером, бытовыми предметами и архитектурой. мода на определенный цвет зарождается исподволь, предварительно появляются незначительные признаки того или иного модного цвета.

По мнению японских специалистов, колористический облик промышленной продукции колеблется в зависимости от изменений общественного вкуса. Систематический учет и анализ тенденций цветовых предпочтений позволяют предвидеть их развитие. Специальные системы тестов по цвету выявляют соотношение изменений цветовых предпочтений определенных групп людей (колористов и обычных потребителей). В то же время японские специалисты относятся весьма критически к тенденциям предпочтительности цветов, считая, что среда может стать слишком активной по цвету. В таком случае могут даже возникнуть нежелательные эффекты.

Новые технологии в одежде.

Развитие современного костюма отражает изменения, которые происходят во всех сферах общества и культуры. Новый век диктует свои правила жизни, поведения, общения, мышления. Жизнь меняется с калейдоскопической быстротой. Сфера деятельности в области цвета и костюма имеет много направлений как научных, так художественных. Появление новых сведений в различных областях знаний дает возможность для реализации самых фантастических идей.

Разрабатываются новые технологии в производстве одежды, которые дают начало совершенно иным представлениям о ней. Изобретения волокон на основе достижений в электронике, электричестве и нанотехнологий дают возможность сделать ткани с невероятными и, до сих пор, неизвестными свойствами. Например, немецкий дизайнер Анке Домаске предложила экологическую одежду, которая улучшает микроциркуляцию крови и позволяет регулировать температуру тела. Хелена Стори и Тони Райан разработали уникальную технологию фотокаталитической одежды, которая очищает воздух, при этом получая энергию от света. Дизайнер из Лондона, Сюзанна Ли, нашла способ просто выращивать одежду на основе зеленого чая, сахара и дрожжей – бактерий целлюлозы. Когда полотно достигает нужных размеров, его аккуратно нарезают по выкройке и сушат на специальных объемных формах из дерева. Когда ткань снимают с манекена, она представляет собой уже практически готовое изделие. Таким нехитрым, но научным способом дизайнер уже создала линию сумок и целую коллекцию элегантных вещей, обтягивающих, будто вторая кожа. Такая экологическая одежда имеет множество положительных сторон. Натуральные ткани очень приятны для тела, они поддерживают нормальный теплообмен человеческого организма. Зимой в теплой одежде не холодно, а летом не жарко. Такая ткань полностью задерживает ультрафиолетовое излучение, столь губительное для нашей кожи, а ткани, выполненные из конопли – биологически активны и мягко взаимодействуют с кожей, защищая ее от вредного воздействия внешней среды – солей тяжелых металлов, тем самым предотвращая раковые заболевания кожи. К сожалению, на последнем этапе производства таких тканей имеется и ряд недостатков, которые в свою очередь заключаются в том, что экологическая одежда производится в ограниченных количествах ввиду сложности выделки и обработки ткани. К сожалению, такая одежда пока не доступна широкому кругу покупателей ввиду своей дороговизны.

Второе направление новых технологий в одежде связано с искусственными и синтетическими тканями, а так же встроенными в одежду нанотехнологий. Искусственные и синтетические волокна, в свое время так любимые всему миру и не имеющиеся в природе, начали вырабатывать лишь в XX веке. Преимущество таких волокон очевидно: они оказались самыми доступными и практичными, поскольку не мялись и легко стирались, обладали повышенной эластичностью и формоустойчивостью, некоторые из них обладали высокой воздухопроницаемостью и хорошим охлаждающим эффектом. И не смотря на отрицательные стороны в использовании синтетических тканей, которые затрудняют «дыхание» кожи, создают благодатную почву для расселения бактерий, иссушают и раздражают кожный покров. В последние десятилетия в одежде, в том числе модной, появляется целый ряд новых технологичных направлений и формообразований, как например «живая одежда» и самоочищающееся покрытие. Манель Торрес создал уникальный спрей, который служит материалом для получения «напыленной одежды». С его помощью можно создать бесшовную одежду с любой текстурой ткани, от плотной шерсти до тонкого шелка. Основным компонентом жидкого

раствора являются хлопковые волокна. Кроме того, здесь присутствуют полимеры и растворители, обеспечивающие жидкую структуру материала и его быстрое высыхание. После высыхания изделие можно снимать и даже гладить.

Американские исследователи на основе исследований структуры листьев лотоса создали нанотехнологичный текстиль обладающий «самоочищающимся» покрытием, которое отталкивает грязь. Ткань обработали специальным связывающим полимером на основе наночастиц серебра, затем на поверхности наночастиц был выращен еще один полимерный гидрофобный слой, который отталкивает капли воды, заставляя их катиться по ткани и собирать грязь. Покрытие устойчивое и не разрушается при очистке и механическом воздействии. Преимущество такой ткани в том, что даже будучи сильно испачканной, она будет отталкивать большую часть грязи, а остальную легко смыть обычной водой.

Около десяти лет назад возник термин «носимая электроника». Встроенные в одежду или носимые на себе эти электронные устройства имеют широкий спектр применений. Это и развлечение, коммуникации и связь, военное снаряжение и спорт, мода, медицина и обеспечение личной безопасности. Ученые из США разработали новую ткань из микроволокна. Микроволокно способно производить электричество, которого вполне хватит для подзарядки мобильного телефона. Дизайнер Рафаэль Розенкранц создал спортивный костюм со встроенным mp3-плеером, который работает исключительно от кинетической энергии при ходьбе, сгибании и разгибании рук и ног. Дизайнеры давно хотели задействовать энергию солнца в одежде. Эндрю Шнайдер создал бикини из тончайших пластин, способных аккумулировать электрическую энергию и служить источником питания для небольших приборов. Дизайнерская группа Diffus с помощью специальных проводящих нитей выпустила хай-тек наряды, в который кружевные украшения вспыхивают различными узорами, а дизайнер Стив Дж. Оссеверт придумал оригинальный наряд в котором маленькие лампочки на ткани загораются от небольшого механического воздействия. Достаточно дуновения ветерка, чтобы вечерний убор озарился ярким светом. Французская компания LumiGram выпустила необычную ткань, которая светится в темноте. Днем она выглядит точно как обычная, но ночью наступает ее звездный час. Тончайшие светящиеся ниточки, которые вплетены в полотно, начинают светиться тем или иным светом, причем стирать, гладить светящуюся ткань можно так же, как и любой материал. Ткань создана таким образом, что не только позволяет сменить режимы с «вкл» на «выкл», но и дает возможность устроить целое визуальное шоу, меняя подсветку ткани переключаясь между голубым, белым, желтым и зеленым цветами. В Лондоне изобретены ткани со вшитыми ароматическими и увлажняющими веществами, а также абсорбентами, устраняющими запах табака. Впрочем, важно не допустить смешения аромата одежды с духами ее возможной обладательницы. Но пожалуй самым интересным и важным с точки зрения медицины разработано устройство, позволяющее слепым людям видеть. Очки со встроенными КМОП – камерами фиксируют изображение и при помощи вживленных в мозг человека электродов, обрабатывают и преобразовывают сигналы, поступающие в мозг. Данное устройство не позволяет видеть так, как видят зрячие люди, главное, что для человека становится доступным общая схема расположения окружающих его предметов, что уже является огромным достижением для людей лишенных зрения. Текстиль произведенный на основе наноматериалов приобретает уникальные и полезные свойства. Это, безусловно, открывает новые возможности во

многих сферах жизни, в том числе в производстве одежды. Процесс появления новой одежды непрерывен так же как непрерывно само движение жизни.

Цветовое одеяние городов, мира и одежды меняется в зависимости от тех достижений, которые уже вышли на рынок и могут быть использованы в промышленности. Мода, как катализатор всех изменений, происходящих в мире, фиксирует черты времени и преподносит нам новую цветовую картину мира и палитры.

Список использованной литературы:

1. Иоханнес Иттен И. «Искусство цвета». Москва, Д. Аронов., 2000, перевод с немецкого Л.Монахова;
2. Гусейнов Г.М. «Композиция костюма»2004. М: «Академия» ;
3. [http ://5fan.ru/wievjob.php?id=6438](http://5fan.ru/wievjob.php?id=6438)