

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).

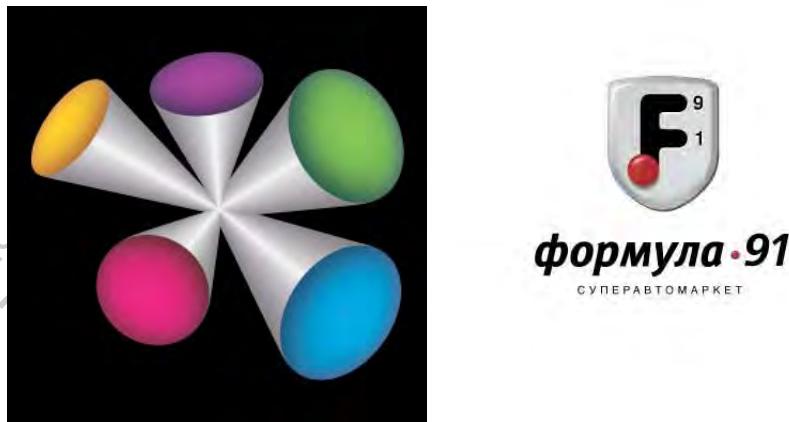


Рисунок 2 - Трехмерные объемные знаки: а) Компания Wacom, производитель графических планшетов и дисплеев; б) Мытищинский авторынок Формула 91

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-текными» 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 размыли 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 стилеобразования 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, пиджак, брюки, прямая юбка, юбка в складку, туфли лодочки, сапоги, плащ тренчкот, кашне, галстук.	Классические формы: пиджак, жилет, брюки, прямая юбка, юбка в складку, туфли лодочки, сапоги, плащ тренчкот, кашне, галстук.	Полоса, клетка пье-де-пуль, рыбья 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: X-образный, приталенный, прилегающий, ньюлук, 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 (натуралистические) 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 законо-мерностей 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,держанности 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.