

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ХУДОЖНЬОЇ ОБРАЗНОСТІ КОСТЮМА В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

Лагода О. М., канд. мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну
Черкаського державного технологічного університету

Анотація. В даній публікації проаналізовано зміст поняття «художній образ», який має місце в наукових джерелах; розкрито його сутність в дизайні одягу. Автором охарактеризовано процес формування художнього образу костюма в дизайн-діяльності.

Ключові слова: художня образність, художній образ костюма, дизайн одягу.

Аннотация. Лагода О.М. Теоретические подходы к пониманию художественной образности костюма в дизайне одежды. В данной публикации проанализировано содержание понятия «художественный образ», которое присутствует в различных научных источниках; раскрыта его сущность в дизайне одежды. Автор охарактеризовал процесс формирования художественного образа костюма в деятельности дизайнера.

Ключевые слова: художественная образность, художественный образ костюма, дизайн одежды.

Annotation. Lagoda O.M. Theoretical approach to understanding artistic image of costume in a fashion design. In this publication analyze contents idea of the artistic image, what have please in a scientist source. Open his essence in fashion design. Characterize process of formation.

Key words: artistic image of costume, fashion design.

Постановка проблеми. Категорію «художній образ» відносять до філософської естетичної науки, що пояснюється особливою функцією образу в мистецтві – відображати у специфічній формі об’єктивну реальність. Це спонукає до розгляду образу як «першоелемента» мистецтва. Відтак, в естетиці та мистецтвознавстві більшість проблем досліджуються на матеріалі виникнення, існування та сприйняття художнього образу. Натомість, художній образ в дизайні, одягу зокрема, залишається мало вивченою, а тому особливо

актуальною проблемою, яка досліджується згідно з планом науково-дослідної роботи ХДАДМ в межах держбюджетної теми «Методологія інноваційного дизайну у контексті науково-технічного прогресу і глобальної екологічної кризи» (№ 0107U002131).

Аналіз існуючих досліджень і публікацій демонструє, що найбільш прийнятним філософ. визначенням художнього образу вважається розуміння художньої ідеї та художнього образу, як виразу абстрактної ідеї у конкретній чуттєвій формі [1]. Воно дозволяє виділяти особливості художнього, образного мислення у порівнянні з іншими формами пізнавальної діяльності людини: абстрактним та конкретно-чуттєвим мисленням. Завдяки чому в науці відомі наступні підходи до вивчення художнього образу: виділення властиво естетичних та художніх проблем – особливості художнього відображення, типізації та узагальнення, умовності художнього образу, а також звернення до різноманітних аспектів філософського аналізу, залучення матеріалів психології, семіотики та інших наукових дисциплін, що виводить вивчення образу за межі його художньої специфіки. Багатоплановість досліджень художнього образу пояснює той факт, що, як в естетиці, так і в мистецтвознавстві під поняттям «образне» розуміють як окремі виражальні прийоми, метафори, порівняння, так і децю цілісне, певне художнє утворення – персонаж, мотив, ідею, тобто зміст усього твору або ж сам твір.

Досить часто художній образ тлумачиться як результат, фіксований підсумок творчої діяльності. Однак зазначається: «...якщо в рамках твору художник працює з матеріалом, формою мистецтва, то «працюючи» з образом він долає обмеженість цехової, професійної майстерності і стає мислителем» [1, с.5]. Зокрема, А. Мігунов наголошує, що образно мислять практично всі. Однак, вважатися художнім може те образне мислення (та образність), яке відповідає напрацьованим в історії естетики та в художній практиці критеріям, серед яких: висока ступінь узагальнення, єдність форми та змісту, оригінальність. Таким чином, образність, далеку від мистецтва і, ширше, художньої діяльності, не можна вважати художньою. З огляду на що окремим аспектом досліджень постає формування та еволюціонування естетичних ідеалів (художніх образів) під впливом індивідуальної творчої майстерності [2].

Теорія художнього образу виникла ще в німецькій класичній естетиці (Кант, Шеллінг, Гегель). А. Мігунов проаналізував поступ розвитку наукової думки, зокрема в історії радянської естетики, усі аспекти проблеми і ті підходи до її вивчення, які домінували в працях провідних вчених /В. Асмус, Б. Рунін, А. Михайлова та ін./ Він роз'яснив спроби пояснення художнього образу в поняттях теорії інформації (В. Зарецький, 1960-ті р.); розвиток проблеми поділу образів мистецтва на виразні та образотворчі (1970-ті р.). Вченим відзначено, що поглибленню уявлення про художній образ сприяла поява в мистецтвознавстві такого поняття як «емоційний образ». Його стали розглядати не лише ґносеологічно – як результат відображення, але й аксіологічно – як цінність. Це

дозволило уточнити визначення С. Раппопорта: «Художній образ – особлива, діалектично складна форма відображення та осмислення життя в світлі досвіду відношень людини та дійсності, що складається об’єктивно» [1, с.19]. Воно дозволяє виділити три сторони художнього образу: його конкретно-предметний зміст; активне відношення, збагачене емоційним змістом; та ідейний зміст. Образи виникають завдяки активному емоційному відношенню, яке певним чином сортує факти, типізує, абстрагує та забезпечує вираз ідейного змісту художнього образу (С. Раппопорт, С. Батракова, К. Горанов).

Сучасні дослідження передбачають включення в образ як художніх емоцій, так елементів інтуїції та асоціації, сфери безсвідомого, перетворюють його тим самим у найважливіший фактор художньої свідомості та художньої діяльності: «Поєднуючи в єдине ціле історично мінливі уявлення про художній метод та художні стилі, торкаючись творчої манери художника, зображальних та виразних засобів, художній образ... стає не лише способом осягнення людини, її духовного світу, але й ефективним інструментом для пізнання об’єктивної реальності» [1, с. 9]. Включення смислотворчих компонентів, яскраве емоційне забарвлення, ціннісна приналежність складають особливість художнього пізнання та його ефективність, тому образ в мистецтві немислимий без емоції, однак переживання образу завжди передбачає його осмислення [1, с. 22].

На підставі вище вказаного, **метою** даної роботи є не лише аналіз теоретичних підходів до вивчення та розуміння художньої образності костюма в дизайні одягу в порівнянні з мистецтвом та дизайном взагалі, але й характеристика процесу його формування на підставі виявленого.

Виклад основного матеріалу. В мистецтві художній образ найчастіше аналізують з позицій виявлення в ньому типового та індивідуального, об’єктивного та суб’єктивного, раціонального та емоційного. Найменш розробленим вважається підхід, основу якого складає його функціонування (способи виникнення та існування). При цьому аналізуються різні рівні образу: ідеальний, психічний та матеріальний. Існує також інший поділ на рівні: образ-задум, художній твір та образ-сприйняття, котрий і демонструє безпосередньо процес формування художнього образу. Аналіз процесу функціонування образу доводить – «художній образ як модель включає в себе як предметні характеристики, так і галузь суб’єктивних емоційних переживань... художня емоція не лише супроводжує формування художнього образу, але й є його важливою складовою частиною» [1, с. 57]. Емоційний стан художника в період творчої роботи з матеріалом передається тому, хто сприймає, рівно настільки, наскільки він зумів його втілити в зображенні або фізичних діях. У споживача таким чином формується емоційний інваріант. Без встановлення певної нормативності у сприйнятті та переживанні художніх образів було б складно пояснити для всіх очевидну нормативність художньої оцінки, естетичного ідеалу та естетичного смаку [1, с. 28]. З чого постає питання образної типізації: «Багатство та чисельність художніх образів базується в першу чергу на

розмаїтті методів, прийомів, засобів художньої творчості. В їх основі є тим не менше єдність, інваріант... Дана єдність складає ядро художнього образу» [1, с. 31]. Іншими словами його ідею. Оскільки ідея в художньому образі не окреслюється однозначно, вона може по-різному інтерпретуватися та збагачуватися тими, хто її сприймає, що відображається в емоційному плані. І, хоча в художніх образах емоції певною мірою «програмуються» автором, їх емоційний вплив на споживача носить розмаїтий з відтінками індивідуалістичного сприйняття характер. Завдяки тому, що художній образ включає як гносеологічну, так і аксиологічну сторони, він спроможний виконувати комунікативну функцію, тобто «транслявати» інформацію, змістовність образу й пов'язані з нею емоції та почуття.

Безпосередньо в дизайні «образ» суттєво відрізняється від аналогічного поняття в інших видах мистецтва. «Образ в дизайні» складає система, яка поділяється на три групи: кольоровографічну, об'ємно-пластичну та просторову. Всі дизайнерські образи характеризуються двоїстим походженням, оскільки несуть інформацію про своє призначення (функцію) та, водночас, мають не пов'язані з ним візуальні властивості, що можуть сприйматися як самостійний естетичний знак – «образотворча структура», яка живе незалежним від функції життям [3, с. 39].

Специфіку властивостей образу в дизайні визначають особливості його сприйняття, тобто споживання. Завдяки чому вчені поділяють розмаїтість художніх варіацій образу на два потоки: твори рядові, як правило, анонімні, що трактують естетику дизайн-об'єкту на рівні узагальненого образу, та вироби «знакові», що визначають лінію розвитку тієї чи іншої сфери дизайну, наближені до особистісного відчуття образних характеристик, їх індивідуального трактування і автором, і споживачем [3, с. 39]. Художня образність в своєму бутті набуває різних форм, що відрізняє образ в свідомості автора, образ, матеріалізований в творі, і образ, що виник у свідомості споживача. Останній носить характер співтворчості, є самостійним творчим актом, котрий залежить від часу активного сприйняття, що дозволяє або не дозволяє освоїти всю багатогранність конкретного художнього образу. Це забезпечує варіативність художніх образів у свідомості споживачів. Кожен такий образ одночасно є і «авторським», і «глядацьким». Їх розмаїтість утворює й розмаїтість людських емоцій.

Визначення «художньої образності в дизайні» засвідчує, що саме художня образність визначає такі підходи до проектування, як художнє моделювання соціокультурних ситуацій, композиційне формотворення цілісних об'єктів та смислоутворення, реалізоване в структурі об'єкта [3, с.58, 176]. В дизайні образність привертає особливу увагу дослідників як якість проектного мислення. Завдяки чому з'явився ряд нових понять, як то «образне моделювання», «образ-тип», «проектний образ», що розкривають механізм проектного мислення [9]. Завдяки чому були закладені основи образно-

типологічного підходу. В його основу покладено пошук образу-типу, який являє собою проектно-художню метафору, що виражає ідеальну художню модель організації дизайнерських об'єктів. Поняття «художній образ-тип» означає ідеально-чуттєве предметне уявлення змістів та ідей, що виникає в процесі формування задуму комплексного об'єкта (яким може бути і костюм), художню модель концепції такого об'єкту. «Вірне формування типообразу складає головну ланку роботи над дизайн-концепцією... – етап, без якого немислимі ні спадковість образних уявлень як основи виживання нової культури, нового соціуму, ні новаторство – новизна... дизайнерських рішень» [3, с. 60]. Таким чином новизна і виразність – важливі критерії створення образу, які безпосередньо залежать від особистісних та професійних якостей автора дизайнерського твору. Важливим у дизайн-діяльності виступає гармонійне поєднання реального споживчого попиту й індивідуального дизайнерського бачення. Наприклад в роботі В. М. Плишевського [4] наголошується, що «образність речей здатна впливати на соціальні позиції людини». Намагання вирішити дану проблему в загальному вигляді привернуло увагу вченого до проблеми стилю, тому що стиль – не тільки відображення процесів у естетичній свідомості суспільства, але й образний засіб, який дозволяє дизайнеру брати безпосередню участь у цих процесах та впливати на них. Вчений розглядає поняття «стиль» і «видовий образ», а також «стереотипний образ» і можливість формування його художньо-образних якостей.

Інша робота, автор якої В. Сьомкін [5], є методичною розробкою образної та морфологічної трансформації як засобу художнього конструювання. Увагу привертає й робота О. П. Опанасюк [6], де науковець пропонує наступне визначення терміну «художній образ»: «...матеріальний естетичний об'єкт, в якому фокусується та рефокусується художня ідея». Автор стверджує, що для цілісної концепції художнього образу суттєвими є наступні позиції: «1) оскільки художній образ є матеріальним об'єктом, він має володіти відповідними рівнями...буття; 2) отже він має виявляти структурно-сміслову динаміку такого буття; 3) звідси, має виявляти себе і смислова градація становлення художнього образу, зміст якої складатимуть найбільш характерні, типологічні характеристики можливих форм його маніфестацій; 4) це актуалізує ідею єдиного принципу формування, якому підпорядковується і яким детермінується субстанційно-процесуальне буття художнього образу» [6, с. 6]. О. П. Опанасюк змальовує динаміку процесу становлення художнього образу чотириетапною структурою: Принцип, Становлення, Означення, Спосіб існування. За аналогією можна вибудувати схему процесу формування та функціонування худ. образу костюма в дизайні одягу.

В контексті проблематики даного дослідження особливо цікавою є публікація С. Заблоцької [7], в котрій автор наголошує, що образ виникає як результат побаченого, а художній образ – як результат осмисленого. Сутність образу костюма нею презентується як сукупність ціннісної, кількісної, якісної,

художньо-естетичної структури та семантичної характеристики: «відображення костюма у свідомості людини, ..., уже в своїй безпосередній чуттєвій формі є образ костюма... форма костюма є носієм образу костюма в тому розумінні, що: ...– це матеріальне відображення, втілення образу, що генерується свідомістю модельєра; форма костюма править об'єктивною матеріальною основою образу, що генерується цією формою в свідомості глядача»[7, с. 178]. Таким чином, на думку науковця, образ костюма – це не різновид художнього образу, а особлива форма відображення дійсності. Окрім нього, костюм здатний нести й художній образ. Однак, останній не є необхідною умовою реалізації форми костюма, оскільки «...далеко не весь одяг справляє естетичне враження...» [8, с. 179]. С. Заблоцька стверджує, що для досягнення художньої виразності використовуються ті ж засоби, що і для творення форми костюма взагалі, а результат залежить від творчого рівня художника-модельєра. А це означає, що «...художній образ у костюмі з'являється як наслідок самовираження автора, його суб'єктивного світосприйняття. ...художній образ відрізняється від образу силою особливого роду емоційної насиченості, яка робить його спроможним викликати переживання краси. Художній образ – породження творчого мислення, уяви та естетичної культури митця» [7, с. 179].

Підсумовуючи вищевказане, можна стверджувати: художній образ костюма формується поетапно, поступово ускладнюючись та набуваючи тих ознак, які дозволяють говорити про його естетичну (художню) якість. Умовно такі етапи можна визначити як: задум, проектування, виготовлення (втілення або візуалізація), та функціонування художнього образу. Аналіз дизайн-діяльності в галузі моделювання одягу засвідчує, що на першому етапі формування художнього образу костюма відбувається синтез уявлення про призначення виробу, тобто функції, викликані попитом та пропозиціями суспільства, через замовлення, яке може бути як індивідуальним, так і суспільним (узагальненим), з концепцією, тобто ідеєю – емоцією – змістом, що його уявляє дизайнер як реалізацію задуму. На даному етапі художній образ костюма можна визначати як «образ-задум».

Коли концепція та призначення узгоджуються в уяві автора, настає наступний етап – проектування. Відповідно до описаної специфіки художнього образу костюма, він проходить за двома напрямками: проектування образу речі (форми, конструкції тощо), а також проектування образу носія костюма (з урахуванням статі, віку тощо). Іншими словами, дизайнер безпосередньо проектує образ одягу – речі, а опосередковано – образ людини. Цей процес підвладний стилю (епохи, в дизайні, авторському), напрямку в дизайні одягу (прет-а-порте, от-кутюр, авангардна мода) та модним тенденціям, які характеризують окремо взятий період часу. Художній образ на даному етапі слід розуміти як «проектний образ».

На наступному етапі – етапі втілення – відображаються характерні для художнього образу в дизайні взагалі два напрямки: ексклюзивне виробництво

(от-кутюр, арт-дизайн), тобто «знакові» дизайнерські речі, і масове виробництво (прет-а-порте). Вони, в свою чергу, впливають на визначення тиражу, на вибір матеріалів, технологічних та технічних засобів у виготовленні одягу. Результат даного етапу – візуалізація художнього образу, костюм як гармонійний синтез образу речі та образу носія.

Останній з етапів – споживання – розкриває специфіку суспільного функціонування художнього образу, яке відбувається через низку взаємопов'язаних явищ, серед яких: реклама, дефіле тощо. Таким чином можна зробити наступний **висновок**: художній образ костюма в дизайні одягу слід розуміти як результат складного процесу, що відтворює індивідуальність творчого мислення, уяви та естетичної культури митця, відображає його суб'єктивне світосприйняття, яке вирізняється особливою емоційною насиченістю. Результатом даного процесу є костюм як чітко структурована,

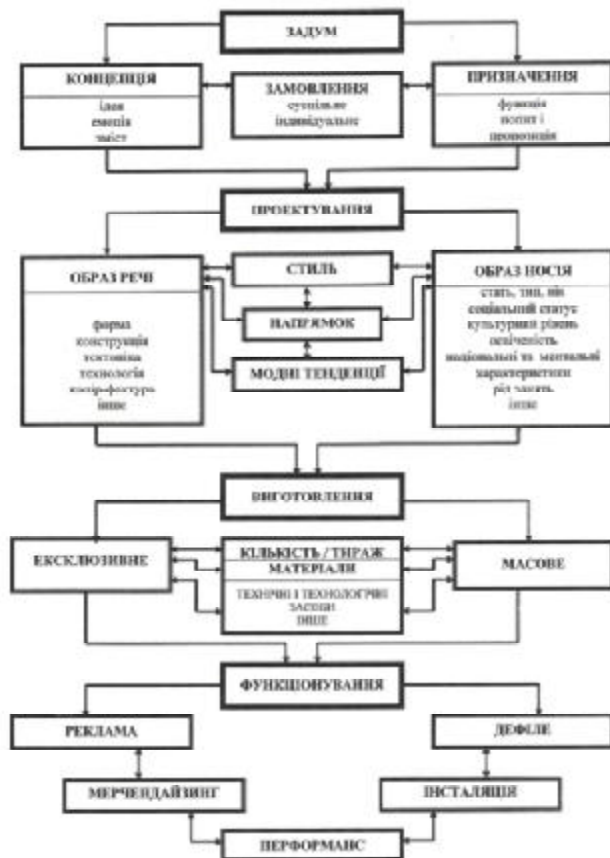


Схема 1. Процес формування художнього образу костюма.

логічно-художня система образу, проектування якої відбувається за одним із напрямків у дизайні одягу і/або стилем; яка відображає модні тенденції та індивідуальність творця і забезпечує соціальні, технічні, технологічні, ергономічні, економічні, комунікативні та інші вимоги на засадах естетичного.

Подальший напрямок дослідження передбачає поглиблення знань про художній образ костюма в дизайні одягу на кожному з визначених етапів та виявлення його особливостей.

Література:

1. Мигунов А. С. Художественный образ: эстетический анализ / А.С. Мигунов. – М.: изд. МГУ, 1980. – 97 с.
2. Шестопалова Ю. А. Еволюція ідеалу краси в динаміці української моди (кінець XX – початок XXI століття): Автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.01/ Ю.А. Шестопалова. Київський національний ун-т культури і мистецтв. – К., 2007. – 19 с.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др.; под общ. ред. Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко; Моск. архит. ин-т / госуд. академия / каф. «Дизайн архитектурной среды». – М.: «Архитектура-С», 2004. – 289 с.
4. Плышевский В. Н. Образные средства дизайна (Становление образных качеств предметного мира): Автореф. дис. канд. искусствovedения: 17.00.06 – Техническая эстетика / Московское высшее худ.-пром. училище (б. Строгановское). – М., 1986. – 22 с.
5. Семкин В. В. Образная и морфологическая трансформация в дизайне: учебное пособие / В. В. Семкин. – К.: Христианский ун-т бизнеса и технологий, 1994. – 60 с.
6. Опанасюк О. П. Структурна феноменологія і типологія форм художнього образу: Автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.01 / О.П. Опанасюк. – К., 2005. – 19 с.
7. Заблоцька С. До проблеми співвідношення образу та художнього образу костюма / С. Заблоцька, О. Пальцун // Вісник ЛАМ, / вип. 9. – Львів, 1998. – С. 177-181.
8. Затулий А. И. Костюм в социокультурном контексте авангарда и культуры: Дис. канд. культуролог. Наук: 17.00.01 / А. И. Затулий. – К.-на-А., 2003. – 208 с.
9. Турчин В. В. Особливості формування проектно-образного мислення дизайнера: Автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 05.01.03 / В.В. Турчин. – Х.: ХДАДМ, 2004. – 21 с.

Надійшла до редакції 7.04.2008