

Н. А. ЕРЕМИНА, Ю. Д. ИВАНОВА, Ю. Г. Салова

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНТРА КОМПОЗИЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ)

Ключевые слова: композиция, одежда, организация центра художественный замысел, центр композиции.

Аннотация. *Определены основные качественные признаки центра композиции. Обозначена проблема реализации художественного замысла через сюжетно-композиционный центр модели одежды. Продемонстрирована технология формирования композиционного центра в авторской коллекции. Представлена последовательность разработки композиционного центра в модели одежды.*

Старая поговорка, что человеческая личность состоит из трех частей: души, тела и платья, – нечто большее, нежели простая шутка. «Мы в такой степени отождествляем платье с нашей личностью, что не многие из нас, не колеблясь ни минуты, дадут решительный ответ на вопрос, какую бы из двух альтернатив они выбрали: иметь прекрасное тело, обремененное вечно грязные и рваные лохмотья, или под вечно новым костюмом скрывать безобразное, уродливое тело», – так высказался о роли одежды в нашей жизни классик мировой психологии У. Джеймс [2, с. 93].

Одежда – прекрасный инструмент, умело используя который, дизайнер может сотворить выразительный образ, как для персоны, так и группы потребителей, т. е. сегмента. Основным в процессе создания одежды становится гармонический порядок, объединяющий тип заказчика, назначение костюма и образную доминанту, обязательно сопровождающую любую авторскую художественную разработку.

Композиционная разработка одежды (костюма) – сложный процесс, подчиняющийся определенным законам и свойствам гармонии – эстетической категории, спутницы красоты. Принципы создания системы костюма по эстетическим канонам и в единстве с потребительскими предпочтениями реализуются в творческом процессе художе-

ственного проектирования, где композиционной логике отводится главная роль.

В отличие от других видов художественных практик искусство костюма напрямую связано с типологией личности. Это создаёт объективную необходимость транслировать в композиционной организации модели гуманистическое отношение к природе человека-потребителя. Гармонизация и гуманизация являются маркером профессиональной коммерческой разработки костюмной композиции [3, с. 20]. Если гармонизация композиции обеспечивается законами формообразования и свойствами композиционного строения, то гуманистическая природа костюма реализуется через композиционный центр и законы его формирования.

Сюжетно-композиционный центр в костюме отражает авторскую идею и непосредственно участвует в правильной эстетической подаче образа, задуманного дизайнером.

Композиционный центр невозможно рассматривать в отрыве от типажа заказчика. Эта деталь или структурный элемент могут стать основой имиджа клиента, тем незаменимым штрихом, который делает облик человека выразительным и завершённым.

Помимо того, что композиционный центр выражает образно-смысловое значение модели, он ещё и организует структурные элементы костюмной композиции в единую целостную систему. В пластическом мотиве костюма не всегда всё является одинаково важным. Однако даже второстепенные детали должны быть строго взаимосвязаны друг с другом, подчиняясь главенствующему центру, образуя вместе с ним единое целое. Когда подобное подчинение отсутствует, то образ «не читается», кажется размытым, незаконченным, распадается на отдельные фрагменты.

Сюжетно-композиционный центр должен быть размещён в композиционной структуре костюма объективно точно. Причём это касается как начального этапа проектирования – графической композиции, так и этапа макетирования, когда композиционный центр представляют в реальном воплощении. Получается, что вопрос организации композиционного центра решается дизайнером дважды. Подобная тщательность обусловлена важностью наличия и необходимостью точной проработки сюжетно-композиционного центра в модели одежды [1, с. 87].

Местоположение центра в композиционном поле костюма является основным для образного осмысления драматургии модели и оценки облика потребителя. Так, расположенный по центру изделия, он привлекает внимание к фигуре и ставит акцент на талии, груди и бёдрах.

рах. Размещение центра в зоне ног делает образ более устойчивым, фундаментальным. Если центром композиции становятся головной убор, причёска или макияж, то доминировать в облике будет лицо, глаза, шея. Дизайнеры умело манипулируют сознанием окружающих, заставляя их обращать внимание именно на те зоны, в которых размещён композиционный центр. По сути, этот приём позволяет сделать вывод об уместности и нелепости модели, если центр подчёркивает ненужное, или, наоборот, – об элегантности и утончённости, если с помощью главной детали акцентировано лучшее.

В композиционной структуре костюма центры различаются по видам:

- **Геометрический центр.** Поскольку геометрия одежды значительно сложнее геометрии холста, листа бумаги и т. п., часто геометрический центр выделить бывает довольно сложно. Кроме того, в дизайне одежды большое значение имеет понятие массы – визуального восприятия веса объекта по отношению к другим составляющим формальной композиции. В связи с этим геометрический центр, как правило, прочитывается по абрису детали, имеющей наибольшую массу в общей структуре модели.

- **Смысловой центр.** Включает в себя стилеобразующие компоненты: цвет, рисунок, фактуру, архитектуру формы и другие. Он выражает основную идею художника и чаще всего реализуется с помощью линейных и тектонических отношений.

- **Художественный центр.**

Привлекает и задерживает внимание, заставляя другие элементы костюма отступать на второй план. Чаще всего выделяется аксессуарами и акцентируется цветом [2, с. 57].

Центр композиции в костюме есть всегда. Рассмотрим, как мастера мировой моды решают вопрос организации и размещения центра композиции.

В середине прошлого века композиционный центр в большей степени раскрывал облик женщины, подчёркивал индивидуальные черты характера. Дизайнер Юбер Живанши, одевая знаменитую актрису Одри Хепберн, отдавал должное её внешности. В ансамблях, создаваемых для актрисы, дизайнер зачастую ставил акцент на головном уборе или оригинальном украшении выреза платья, привлекая внимание к миловидному и очень нежному личику кинодивы. Примером тому могут служить многочисленные шляпы и платья с разнообразными бантами в костюмах её героинь (рис. 1).



Рисунок 1 – Костюм Одри Хепберн

Наряду с Одри Хепберн иконой стиля XX века является темпераментная Бриджит Бардо, которая так же центральным в своём облике выставляла лицо. Правда, подчёркивалось оно не шляпками, а с помощью причёсок. Пышные, собранные кверху волосы и легендарная бабетта неразрывны с именем легендарной Бардо и стали её «визитной карточкой».

Современные дизайнеры Европейской школы показывают более техничные решения, представляющие человека как некий симбиоз образа персоны и индивидуального взгляда художника. Модели представляются крупно, единым мазком, а нюансы и лирика душевных переживаний отходят на второй план.

Например, Джорджио Армани чаще всего строит композиционный центр по закону количества. Так, в модели на рисунке 2а мы видим головной убор, который является композиционным центром. Он явно больше по величине, объёмности и массе, что позволяет ему доминировать в модели. Жакет, представленный на рисунке 2б, становится главенствующим над остальными частями образа Дивы-гангстера. Даже характерная шляпа лишь помогает выразить элегантную лихость типажа. В костюме на рисунке 2в масса сосредоточена в пелерине, делающая форму ансамбля неустойчивой и хрупкой. Но таков замысел художника, а центр композиции – средство его воплощения.



а



б



в

Рисунок 2 – Модели из коллекций Дж. Армани

В отличие от Дж. Армани Исей Мияке предпочитает закону количества закон качества. Этот композиционный приём чётко прослеживается в коллекциях мастера.

На рисунке 3а закон качества преобразует текстильный рисунок, задавая ему новые свойства фактуры и делая пальто преобладающим над другими частями. Здесь присутствует непростой геометрический ритм, что явно привлекает внимание. В следующих пальто (рис. 3б, 3в) мы также видим яркое фактурное решение. Причём, сосредотачивается фактура, отличная от предыдущей, в деталях, выводя их центральными в единой композиции. В модели композиционный центр создаётся художественными, конструктивными или технологическими приёмами дизайн-проектирования.

Современная мода особое внимание уделяет инженерным конструктивным и технологическим средствам создания центра. Новые решения формы деталей в костюме созвучны с эстетикой компьютерных технологий и технических изобретений. «Техногенная» эстетика мотивирует к поиску оригинальных решений композиционного центра в костюме.



Рисунок 3 – Модели из коллекций И. Мияке

Рассмотрим процесс формирования композиционного центра на примере проектной работы по созданию авторской коллекции под девизом «Ранверс» Саловой Юлии и Ивановой Юлии.

Работа началась с выбора образа – стремительной траектории перемещения кометы. Авторам хотелось, чтобы модель была, как можно больше приближена к ней, воплощала энергию движения.

Формой, ассоциирующейся с этим образом, стала линия. Она выбрана главным средством в организации центра композиции (рис. 4).



Рисунок 4 – Эскизная серия коллекции «Ранверс»

Идея линии в костюме была реализована в первую очередь конструктивно. Авторы применили модули-пояса, которые заложили в строение рукава, пелерины, головных уборов. Технологически линия была воспроизведена с помощью люверсов и шнуровок. Полученная композиция соответствует заданным на начальном этапе эмоциям именно благодаря организованному по закону качества и количества композиционному центру.



Рисунок 5 – Примеры инженерного решения центра композиции в коллекции «Ранверс», авт. Салова Ю., Иванова Ю.

Представление образа кометы через пластику одной композиционной структуры-линии позволило сделать композиционный центр очень мобильным: мы видим его размещение практически на всех зонах композиционного поля костюма. Подобный приём в решении центра через единый мобильный элемент формирует идееёмкую композицию, которая при минимуме выразительных средств демонстрирует множественность образов.

По сути, умение выразить идею лаконично и ёмко отличает правильно сформированную компетенцию дизайнера. Это было отмечено экспертной комиссией Межрегионального конкурса «Серебряная нить» – 2013, присудившей коллекции «Ранверс» первое место в категории «Начинающие портные».

Работа над поиском композиционного решения костюма или другого проектируемого предмета представляет собой творческий процесс, который в значительной степени является интуитивным. Понимание значения композиционного центра и сути его организации в структуре композиции позволяет дизайнерам точнее выражать идеи, а зрителям получать истинное наслаждение от фееричного зрелища.

Работа над выбором и организацией композиционного центра должна выстраиваться по алгоритму:

1. Определение источника творчества для разработки, название образа и выбор предмета (артефакта), отражающего семантическую природу образа.

2. Выбор структурной единицы в строении костюма, способной трансформироваться в направлении идентификации с артефактом. Назначение композиционного центра.

3. Трансформация структурной единицы в направлении идентификации с артефактом. Установление закона выделения композиционного центра.

4. Организация композиции относительно строения композиционного центра.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джеймс У. Психология. М.: «Педагогика», 1991. 368 с.
2. Козлова Т. В., Ильичева Е. В. Стиль в костюме XX века. М.: Издательство: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2003. 152 с.
3. Упине А. М. Дизайн костюма. Социальный статус. Имидж. М.: РосЗИТЛП, 2009. 152 с.

PROBLEMS OF THE COMPOSITION CENTRE FORMATION (ON THE EXAMPLE OF THE AUTHOR'S COLLECTION)

Keywords: *clothes, composition, artistic idea, the composition center, the organization of the center.*

Annotation. *The main qualitative characteristics of the composition centre are defined. The problem of realization of the artistic idea through the composition center of the models of clothes is indicated. The technology of the composition center formation in the author's collection is demonstrated. The sequence of the development of the composition center of the models of clothes is represented.*

ЕРЕМИНА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА – доцент кафедры «Дизайн и рекламные технологии», Институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического института, Россия, Нижний Новгород, (ereminanatal@yandex.ru).

EREMINA NATALYA ALEKSANDROVNA – docent of the chair «Design and advertising technologies», Institute of food technology and design – a branch of the Nizhny Novgorod state engineering and economic institute, Russia, Nizhny Novgorod, (ereminanatal@yandex.ru).

ИВАНОВА ЮЛИЯ ДМИТРИЕВНА, – студентка, Институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического института, Россия, Нижний Новгород, (nktdo@yandex.ru).

IVANOVA JULIA DMITRIEVNA – students, the Institute of Food Technology and Design – a branch of the Nizhny Novgorod State Engineering-economic Institute, Russia, Nizhny Novgorod, (nktdo@yandex.ru).

САЛОВА ЮЛИЯ ГРИГОРЬЕВНА – студентка, Институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического института, Россия, Нижний Новгород, (nktdo@yandex.ru).

SALOVA YULIA GRIGORIEVNA – students, the Institute of Food Technology and Design – a branch of the Nizhny Novgorod State Engineering-economic Institute, Russia, Nizhny Novgorod, (nktdo@yandex.ru).
