

**ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РІЗНИХ ВИДІВ ЗОРОВИХ ІЛЮЗІЙ В
ПРОЕКТУВАННІ ОДЯГУ**

О. О. ЛЕЩЕНКО, О. І. ХРИСТЮК, В. С. ГОРОБЧИШИНА
Вінницький інститут конструювання одягу і підприємництва

Проектуючи одяг дизайнер створює не тільки матеріальну оболонку для людини, а проектує її саму в певному образі. Головним завданням стає створення нового художнього образу костюма через форму, силует, колір, декор. Будучи частиною матеріально – предметної культури суспільства, дизайн впливає на свідомість людей та їх естетичний смак, тому велике значення відводиться композиційно – художнім якостям проєктованих об'єктів. Отже актуальною задачею постає дослідження явища зорової ілюзії не лише на площині, а й в одязі.

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. У процесі дослідження було використано журнали, книги, фотографії.

Вивчення і систематизація зорових ілюзій, що використовуються в сучасному дизайні одягу, дозволить поліпшити якісний рівень проектування одягу.

Існує багато прийомів використання зорових ілюзій в дизайні одягу. Це використання зорових ілюзій як відволікаючий момент від недоліків фігури. Зорові ілюзії це не тільки засіб застосованих композиційних прийомів, а й наслідок оптичного сприйняття форми та образу. Феномен ілюзорного сприйняття в одязі необхідний не тільки як фактор поліпшення фігури, але і як обов'язків та невід'ємний засіб для створення естетичного і виразного художнього образу костюма [1].

Оптичні ілюзії пов'язують з помилкою зорового сприйняття об'єктів: їх кольору, величини, форми та інше. Серед усіх сенсорних систем зорова система найбільш інформативна. За підрахунками, близько 90% всієї інформації людина одержує завдяки зору. Оптичний ефект сприйняття змушує обманюватися, не дає реальної оцінки об'єкта. Зорові ілюзії сприйняття форми предметів простору і предметів у просторі виникають на психологічному рівні переосмислення дійсності в головному мозку [2].

Залежно від причин виникнення розрізняють три види зорових ілюзій:

- фізичні, обумовлені відображенням променів, в наслідок чого предмет сприймається не в тому місті де він знаходиться;
- фізіологічні – розрізняє різну чутливість для різних місць зорового поля;
- психологічні, до яких відносяться сприйняття сенсу цілої фігури, напрямок уваги, розуміння перспективи.

Пряме відношення до костюма мають другим і третій види ілюзій, які пов'язані саме зі сприйняттям кольору, напрямків ліній, кутів [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. 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 споживача створення оптимального уявлення про нього. Отже метою роботи дизайнера можна позначити подолання суперечностей між зовнішнім виглядом людини і естетичним ідеалом краси. Можна виділити чотири напрямки використання зорових ілюзій в дизайні одягу:

- зорове виправлення недоліків фігури людини;
- відволікання уваги від нестачі шляхом підкреслення переваг;
- внесення в костюм яскравого акценту;
- створення виразного художнього образу.

Аналізуючи роботи відомих дизайнерів можна розглянути деякі варіанти зорових ілюзій в проектуванні костюма:

1. Ілюзія сприйняття кольорів;
2. Ілюзія сприйняття геометричних форм;
3. Ілюзія сприйняття ліній.

Кожне суспільство 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 перетворилися 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 дієт, або за допомоги дизайнерських прийомів скорегувати недоліки за допомогою оптичних ілюзій. Тому знання і вміння використання оптичного сприйняття дійсності є важливим фактором в дизайні сучасного одягу для масового споживача.

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.