

УДК 687.016

*Гаджибекова И. А., кандидат технических наук, доцент
доцент кафедры маркетинга и коммерции
Дагестанский государственный университет народного хозяйства
Россия, г. Махачкала*

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ТЕРМИНОВ ИЗ АРСЕНАЛА
ПОНЯТИЙ, СВЯЗАННЫХ С ИЛЛЮЗИЯМИ В АСПЕКТАХ
ДИЗАЙНА КОСТЮМА**

Аннотация:

В статье освещены проблемы, связанными с изучением и объяснением феномена "иллюзии". Проведен анализ и сопоставление определений, даваемых понятию "иллюзия" и связанными с этим производными от этого слова. Приведено несколько определений понятия "иллюзия", содержащихся в различных справочных изданиях и литературных источниках. Определена необходимость разработки комплексной методики проведения масштабной серии научных экспериментов с использованием социологических методов исследования, метода дисперсионного анализа, метода включённых наблюдений, компьютерных технологий.

Ключевые слова: оптические иллюзии, дизайн – проектирование, дизайн костюма, метод, проблема, иллюзионизм, дисперсионный анализ, компьютерная технология

Gadzhibekova I. A., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Associate Professor of Marketing and Commerce
Dagestan State University of National Economy
Russia, Makhachkala

DEFINITION OF SOME TERMS FROM THE ARSENAL OF CONCEPTS RELATED TO ILLUSIONS IN ASPECTS OF COSTUME DESIGN

Annotation:

The article highlights the problems associated with the study and explanation of the phenomenon of "illusion". The analysis and comparison of definitions given to the concept of "illusion" and related derivatives from this word. Given several definitions of the word "illusion" contained in various reference books and literature. Identified the need to develop a comprehensive methodology for large-scale series of scientific experiments with the use of sociological methods of research, variance analysis, method, participant observations, and computer technology.

Keywords: optical illusions, design design, costume design, method, problem, illusionism, analysis of variance, computer technology

Проблемами, связанными с изучением и объяснением феномена "иллюзии" занимаются специалисты различных профилей. Это - психологи, философы, врачи, деятели искусства. Их трактовки и формулировки весьма отличаются друг от друга, что доказывает значимость указанного явления, изучение которого находится "на стыке" разных наук.

Несмотря на значительное количество источников, посвящённое иллюзиям, изучение аспектов их возможностей применительно к дизайну одежды практически не нашло отражения в доступной литературе.

В то же время использование такого мощного композиционного средства, как зрительные иллюзии, поможет проектировщикам и производителям одежды обеспечить значительную удовлетворённость требований её потребителей.

На основании сказанного можно констатировать, что выбранное направление работы является актуальным. В связи с этим представляет значительный интерес анализ и сопоставление определений, даваемых понятию "иллюзия" и связанными с этим производными от этого слова. Это необходимо для того, чтобы выбрать и сформулировать такие характеристики изучаемого понятия, которые можно будет положить в основу его трактовки в контексте дизайн-проектирования костюма.

Приведём несколько определений понятия "иллюзия", содержащихся в различных справочных изданиях и литературных источниках.

Одним из самых старых определений иллюзий является определение Ф.Пинеля (1809 год), где он называл их "заблуждениями изображения", в которых настоящие предметы "приукрашиваются", иногда же совершенно изменяются [4]. Более поздние определения иллюзий имеют и сходства и различия.

Иллюзия - это не правильное, искажённое восприятие предметов реальной действительности [6]. Различают иллюзии, связанные с объективными законами ощущения и восприятия у всех или большинства людей, а также иллюзии временной апперцепции, как следствие особого психофизиологического состояния конкретного человека. Они, как правило, возникают в результате повышенной эмоциональной возбудимости при наличии навязчивых представлений, в состоянии напряжённого ожидания.

С.И. Ожигов [3] характеризует иллюзии как обман чувств, нечто кажущееся, болезненное состояние, ошибочное восприятие предметов и явлений. Он говорит о существовании оптических, слуховых, аффективных иллюзий, упоминает также о несбыточных мечтах и об иллюзиях, реализуемых в программных номерах фокусников - иллюзионистов.

В другом источнике [5] говорится, что иллюзия - это искажённое восприятие действительности, обман восприятия, как следствие несовершенства органов чувств, свойственных всем людям, а также обусловленных особым состоянием психики. Иллюзии трактуются также как несбыточные надежды или ложное представление, связанное с определённой социальной обстановкой индивида.

Наибольший интерес в плане нашей темы представляют оптические иллюзии (обманы зрения) [5]. Они характеризуются как ошибки зрительного восприятия объектов, их формы, величины, удалённости, цвета и т.д. Оптические иллюзии связаны со светлотным или цветовым контрастами, движением объекта, законами линейной и воздушной перспективы и др. К оптическим иллюзиям можно отнести стробоскопические эффекты, а также эффекты, связанные с иррадиацией.

Оптические иллюзии широко используются в различных видах искусств. Производным от слова "иллюзия" является термин - "иллюзорность" (призрачный, обманчивый, кажущийся) часто используемый применительно к изобразительному искусству как чувственная достоверность изображения.

Иллюзорность может проявляться в кажущейся осязаемости, телесности и объёмности воспроизводимых на плоскости предметов, в трёхмерности, стереоскопичности, воздушности изображаемого пространства. При этом в художественном произведении должно сохраняться разумное соотношение иллюзорности и условности. Иллюзорность, лишённая эстетической осмысленности и превращённая в самоцель ведёт к натуралистическому копированию предметного мира.

По мнению Ю. Аксёнова и М. Левидовой [1], иллюзорность - это сходство изображения с натурой, граничащее с обманом зрения. Иногда иллюзорность используется специально как художественный

приём, например, в оформлении интерьеров, когда требуется зрительно увеличить размеры помещения. Это же качество может быть использовано при необходимости корректировки зрительного впечатления от человеческой фигуры. Интересен для нас также термин "иллюзионизм", который трактуется как искусство вызывать у зрителя ощущения, отличающиеся внешней реальностью, но на самом деле - основанное на обмане зрения, внимания, слуха и т.д. [6].

Существует также другое определение иллюзионизма.

Иллюзионизм в сфере изобразительного искусства - это обман глаз, имитация, дающая впечатление реального существования изображаемых пространства и предметов, как бы стирающая грань между реальным и изображаемым миром [5].

Иллюзионизм осуществляет зрительную подмену или кажущееся уничтожение материала, из которого состоит само произведение, плоскости стены, изменение пространства [2].

Принципы иллюзионизма активно использовались в античной живописи, в искусстве Возрождения и особенно - монументально-декоративном искусстве Барокко, где с помощью приёмов иллюзионизма, используемых в живописи, архитектурное пространство принципиально изменялось. Широко известны также так называемые "натюрморты - обманки" 18 века.

Слово "иллюзионизм" широко известно, как вид циркового и эстрадного искусства, где применяются специальные приборы, аппараты и механизмы, действие которых основано на обмане зрения.

Расшифровка перечисленных терминов позволяет сделать вывод о том, что указанные явления представляют значительный интерес для создателей одежды. При её проектировании часто ставятся задачи зрительного изменения фигуры, что может быть продиктовано её

особенностями, осознаваемыми как недостатки в контексте тех или иных эстетических идеалов, которые свойственны определённому времени и моде, как временному стандарту эстетических требований к одежде. В дальнейшей работе нам предстоит выделить и изучить возможности некоторых иллюзий для целенаправленного применения их в грамотном использовании в дизайн- проектировании одежды, которое специалисты иногда в шутку и в серьёз" называют "квалифицированным обманом".

Нами разработана комплексная методика проведения масштабной серии научных экспериментов с использованием социологических методов исследования, метода дисперсионного анализа, метода включённых наблюдений, компьютерных технологий и т.д. В результате должны быть разработаны рекомендации по целенаправленному применению оптических иллюзий в одежде для различных типов фигур.

Использованные источники

1. Аксёнов Ю., Левидова М. Цвет и линия. - М.: 1968.
2. Большая Советская энциклопедия. - М.: Большая Советская энциклопедия. -1963.- С. 82.
3. Ожигов С.И. Словарь русского языка. - Издание 23. - М.: "Русский язык", 1990. - С. 247.
4. Пинель Ф. Врачебно - философское начертание душевных болезней. - Перевод с французского. - М.: Типография И. Решетникова, 1829.
5. Советский энциклопедический словарь. Издание 3. - М.: "Советская энциклопедия", 1985. - С. 483.
6. Энциклопедический словарь. - М.: "Большая Советская энциклопедия", 1953. - С.672.