

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Колір в культурі ХХ ст. на прикладі костюму»

Виконала

студентка 4 р.н., ФГН

спеціальність 034 Культурологія

Єрмоленко Єлизавета Андріївна

Науковий керівник: Нікішенко Ю.І.

Київ

2022

Анотація

Культура ХХ ст. дуже багатопланова і суперечлива. Одним із проявів культури є мода.

Мода ХХ століття, як і мода попередніх століть, підпорядковується багатьом законам історичного розвитку і відображає особливості свого часу: важливі культурні досягнення, значимі події суспільно-політичного життя, революції, війни, економічні кризи.

Зміни в житті суспільства завжди є підставою до змін у моді, тому вільна орієнтація в сучасному житті суспільства, може прогнозувати зміну тенденцій в одязі. Цей зв'язок двосторонній, тому що мода має властивість прогнозування майбутнього. У даній роботі проведено культурологічний аналіз історії моди ХХ століття, в результаті якого показано, що феномен моди відображає не тільки цінності і установки суспільства, він – є показником унікальних та ідентифікаційних ознак соціуму. Мода завжди несе в собі відгук народного костюму, епохи, способу життя і поглядів, клімату, естетики, професії, власного стилю.

Мода - фактор, що вимагає серйозного ставлення в цивілізованому суспільстві, бо має прямий вплив на соціальний і економічний його розвиток. Вона відноситься до тієї категорії явищ, які часом виникають на основі випадкових перетинів, не керованих ніякими раціональними факторами. Для доказу зворотнього, в дослідженні причин зміни моди застосовується ретроспективна проєкція цього феномена, що знайшов своє відображення в призмі історичного розвитку суспільства.

Колір більшою мірою сприймається візуально, це залежить від настрою, асоціацій, ним викликаних, від «колірної підготовленості». Функції, які кольори виконують в культурі, є комунікативні (вони встановлюють ті чи інші зв'язки між елементами), символічні (вказують на предмет, явище, сутність) і виразні (передають і викликають емоції).

Ключові слова: колір, сприйняття кольору, символіка кольору, мода, культура.

Annotation

The culture of the XX century is very diverse and contradictory. One of the manifestations of culture is fashion. The fashion of the twentieth century, like the fashion of previous centuries, is regulated by many laws of historical development and reflects the peculiarities of its time: important cultural achievements, significant events of socio-political life, revolutions, wars, economic crises. Fashion is a factor that requires a serious attitude in a civilized society, as it has a direct impact on the social and economic development of society. It belongs to the category of phenomena that sometimes arise on the basis of random intersections that are not controlled by any rational factors. To prove the opposite, the study of the causes of fashion changes uses a retrospective projection of this phenomenon, which is reflected in the prism of the historical development of society. Color, to a greater extent, is perceived visually, it depends on the mood, associations that cause a volume or other color, on the "color readiness". The functions that colors perform in culture are communicative (they establish certain connections between elements), symbolic (indicate an object, phenomenon, essence) and expressive (convey and evoke emotions).

Key words: color, color perception, color symbolism, fashion, culture.

Зміст

Вступ

Розділ 1 Історія та тлумачення кольору

1.1 Сприйняття кольору: історія, культура, дизайн.

1.2 Символіка кольору у різних культурах світу.

Висновки до 1 розділу.

Розділ 2. Мода як феномен у культурі ХХ століття.

2.1. Вплив культурних процесів на моду ХХ століття.

2.2. Мода як явище культури.

Висновки до 2 розділу.

Розділ 3 Колір в моді.

3.1. Історія і культура кольору в моді костюму.

3.2. Еволюція моди та кольору в костюмі ХХ – ХХІ століття.

Висновки до 3 розділу

Висновки

Список використаної літератури

Додатки

Вступ

Актуальність теми. З моменту, коли народжується людина, її оточує особливий світ – світ культури. Значимість поняття «культура», багатогранність і різноспрямованість культурно-історичних подій, зміна

соціальних і культурних реалій, вплинули на появу наукових дисциплін, які досліджують культуру у всіх її проявах.

Культура ХХ століття дуже багатолінійна і суперечлива. Одним із напрямків культури є мода.

Мода має одну важливу рису - вона майже миттєво реагує на події різного плану, як у житті народу чи країни, так і на зміну поглядів і переконань в духовній сфері. Для того аби задуми, які свого часу вкладають скульптори, дизайнери, художники, архітектори та письменники стали відчутні, повинен пройти тривалий час. Мода ж змінюється дуже швидко і саме у цих змінах легше прослідкувати суть життя і побуту людей певного часу. Саме у цьому і полягає актуальність дослідження феномену моди для сучасної культурології.

Люди завжди надавали великого значення кольоровому спектру при виборі одягу, аксесуарів або оздобленні інтер'єру. Колірний концепт являє собою колірний образ, а також переносно-символічні значення, які викликані асоціаціями даного етносу. Символіка кольору присутня в різних сферах життя та побуту людей: в релігії, спорті, політиці і т. д..

В одязі ХХ століття, сформувалися та міцно утвердилися різні стильові напрями, серед яких класичний, романтичний, спортивний та фольклорний. Відмінність від художніх стилів попередніх епох полягає переважно у функціональності та призначенні костюма. Незважаючи на зміни модних тенденцій, перелічені стилі є в одязі всіх часових періодів ХХ століття, що дає підстави називати їх традиційними. Однак, у той же саме час, ми спостерігаємо тенденцію, що людина на кожному етапі свого життя намагається створювати костюм, котрий буде відповідати часу. Основні характеристики костюму: він має бути красивим, зручним і сучасним, отже має сенс заводити мову про розвиток костюма на кожному етапі розвитку нашої цивілізації.

Об'єкт дослідження: колір в культурі, моді та костюмі ХХ століття.

Предмет дослідження: вплив кольору на моду і культуру ХХ століття, процедура розвитку костюма.

Мета: дослідити зміну кольору у костюмі ХХ століття, простежити особливості розвитку костюма.

Завдання роботи:

1. Проаналізувати походження моди, її суть, характер і значення в системі культурної і міжкультурної комунікації, а також розглянути основні напрями і стилі в моді ХХ століття.

2. Розглянути моду і колір, як феномен культури.

3. Простежити особливості розвитку костюма ХХ століття та вплив кольору на нього.

4. Проаналізувати спеціалізовану літературу;

5. Дослідити моду і колір як феномен культури;

6. Систематизувати знання про історію моди, кольору та костюму.

7. Розглянути сутність і специфіку поняття моди.

8. Вивчити історію і культуру кольору.

9. Розглянути вплив культурних процесів і течій на моду ХХ століття.

10. Вивчити поняття «костюм» та «одяг», історію розвитку костюма, а також з'ясувати поняття «костюма» як певної системи;

11. Визначити значення кольору в костюмі;

12. Узагальнити і систематизувати наукові підходи, які є в спеціальній літературі і відносяться до даної проблеми.

Теоретична значимість даного дослідження полягає в узагальненні наукових знань з даного питання.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що результати можуть бути використані в подальшій практиці.

У роботі використовувалися такі **методи дослідження**: порівняння, спостереження, аналіз, синтез і дедукція.

У ХХ столітті стає актуальною і швидко розвивається нова дисципліна - культурологія. Термін «культурологія» у науковий побут був введений американським культурологом Л. Уайтом. Культурологія - це інтегративна наука, загальна теорія культури, що вивчає її як цілісність в поєднанні законів функціонування і розвитку. Якщо філософія культури - це визначення підходів до виявлення сутності культури, умов і форм її прояву, то культурологія вивчає закони і різні механізми функціонування конкретних форм і сторін культури в поєднанні пояснення і розуміння. Поняття «культура» має свою історію і шляхи її становлення у філософії та культурології. Вперше слово «культура» зустрічається у Цицерона, римського філософа і оратора у 45 р. до н. е., для визначення впливу на людський розум філософії. У «Трускуланських бесідах» Цицерон зазначав, що «культура розуму є філософія». В. Даль в 1865 р. характеризує культуру як розумову і моральну освіту.

Саме в моді яскраво проявляються поєднання традиційних та інноваційних основ, які власне і визначають динаміку культури повсякденного життя, а отже і культури в цілому.

«...Мода існує в контексті індустріального прогресу; вона тісно пов'язана з розвитком споживчого капіталізму і суспільства масової культури. Через моду люди висловлюють себе як індивідуально, так і колективно» [10; ст. 54]. Цю думку підтверджує вислів письменниці Марії Ебнер-Ешенбах: «Якщо мода стала загальною, значить, вона віджила» [2; ст. 32]. Колективне захоплення робить моду нецікавою в очах суспільства. І з цього моменту розпочинається етап у виникненні нової моди.

Колір завжди досліджують як сталу величину естетичного сприйняття, де переважає візуальна інформація. Проблеми, які стосуються кольору, того, як його сприймають, його виміру, систематизування і застосування на практиці, є предметом наукових дискусій на Міжнародних конгресах і конференціях, а також симпозіумах з дизайну та реклами.

У різні епохи одяг відрізнявся своєю формою, кольорами, завдяки чому і впливав на формування зовнішнього образу людини. Костюм вказував на національну та соціальну приналежність людини, її майновий стан та вік. Костюм багато в чому розкриває психологію людей різних часів, що дає можливість порівняти мислення минулого та сьогодення, часом дозволяючи навіть зазирнути у майбутнє.

«Костюм» та «одяг» досить близькі поняття, однак важко назвати їх ідентичними. Адже перший через те, що досить часто змінює свою форму не встигає стати звичаєм навіть на короткий період часу. Зараз під терміном «костюм» розуміється набір елементів одягу та аксесуарів, який містить інформацію про образ окремої людини або соціальної групи, до якої належить ця людина. Тобто можна дійти до висновку, що поняття «костюм» є більш ємним, ніж поняття «одяг», оскільки костюм - це одяг, тоді як одяг далеко не завжди можна назвати костюмом.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ ТА ТЛУМАЧЕННЯ КОЛЬОРУ

У роботах багатьох дослідників є докази того, що у кольорі є біологічні і інформаційні властивості енергії. Він володіє не тільки

енергіями фізичного поля, а й психологічного. Інакше було б неможливо пояснити, чому, наприклад, людині сьогодні подобається фіолетовий колір, а завтра - синій; чому вчора вона хвилювалася від виду зеленого, а сьогодні не звертає на нього ніякої уваги.

Колір характеризує певні риси нашої особистості, характеру та інтелекту. Якби колір був тільки об'єктивною стороною нашого сприйняття (наприклад, енергією або довжиною хвилі, «по Ньютону»), всі люди однаково сприймали б певні кольори, незалежно від настрою, віку, статі, статусу, уподобань і т. п.

Таким чином, колір - це різновид енергії, яка відображає різну інформацію і, в залежності від віку і умов життя людини, певним чином діє на людей, практично незалежно від їх усвідомлення. Інакше кажучи, колір - це мова, якої ми не знаємо через відсутність адекватного навчання.

Протягом багатьох епох народи світу зверталися до мови кольору, щоб висловити свої почуття, настрої, думки. Цікаво, що значення різних кольорів протягом століть змінювалися або одночасно існували протилежні їх тлумачення.

Колір в усі часи відігравав велику роль у формуванні культурної та естетичної спадщини, був показовою, описовою та символічною характеристикою образу.

Індивідуальні антипатія, захоплення чи прихильність до будь-якого кольору, пов'язані з емоціями (позитивними чи негативними) людини, подіями чи ситуаціями в її особистому житті [1, 117].

Зрозуміло, що багато залежить і від призначення кольору. Одні кольори люди обирають для дітей, інші для себе, ще інші для дизайну оселі і т. д. І все це для «зовнішнього» середовища. А найближчим зовнішнім

середовищем для людини є одяг. Вибір одягу і його кольору визначається соціальною, естетичною і семантичною схильністю людини.

В науковій літературі колір, перш за все, висвітлюється як природне явище й об'єктивна реальність. Найбільш вдало теоретичні основи кольору й кольорознавства описані І. Іттеном в його монографії «Мистецтво кольору» [1, 37] та використовуються фахівцями практично в усіх видах дизайну. Значний доробок щодо кольору належить і викладений у роботах таких науковців і практиків як М. Серов, Л. Миронов, В. Денисов, Г. Браєм, Т. Печенюк, в серії публікацій Н. Романенка.

Сутність моди полягає в процесі розвитку культури [13, 54]. Інакше кажучи, радикальна, періодична зміна кольору є таким «струсом», завдяки якому людство і підтримує свою здатність до адекватної адаптації в мінливому світі соціального та культурного розвитку, не тільки наукового, технічного або вікового, а й гендерного, який світова культура детально відтворила саме в кольорі.

На початку ХХ століття відбулася революція у світі моди, яка змінила погляди сучасної людини. Багато дизайнерів, модельєрів та художників, наприклад, Р. Дюфі, А. Матісс впроваджували в своє мистецтво нові ідеї, щоб співпрацювати з П. Пуаре – революційним художником, який не лише звільнив жіноче тіло від корсета, а й запозичив яскраві, екзотичні кольори в прикрасах і костюмах російського балету, ескізи для якого створював Л. Бакст [2, 13].

Кольорові вподобання в одязі зумовлені великою кількістю суб'єктивних факторів, які визначаються чуттєвою і емоційною сторонами сприйняття, потребами, мотиваційними й іншими функціями людського інтелекту.

Колір одягу впливає на людину декількома шляхами:

1. Через рецептори шкіри, які передають необхідну інформацію і певну енергію кольору, що проходить через «світлофільтри» одягу;
2. Через зір, який оцінює кольори на рівні свідомості й підсвідомості;
3. Через людей, які нас оточують та формують своє ставлення, спираючись на власне сприйняття кольору.

У ХХ столітті в дизайні прослідковується особливе ставлення до використання ахроматичних кольорів, а саме чорного. Прихильність до даного кольору відкрила дизайнерам нові інтерпретації в світі моди.

Колір перебуває в статусі «модного», в середньому, від одного до трьох років. Цей відрізок часу відведено для переходу до наступного етапу інтелектуального розвитку [2, 454-466].

ХХІ століття – це століття максимальної популярності хроматичних кольорів, «нових кольорів», «нових відтінків» та їх комбінування.

На даний момент індустрія моди на основі так званих класичних – чистих і відкритих кольорів, має потяг до складних поєднань і відтінків, розробляючи нові тони змішаних кольорів. Кожного року інститут колористики «Pantone» рекламує декілька десятків домінуючих колірних відтінків, які будуть в моді протягом усього сезону. Кольори, які визначені фахівцями-дослідниками інституту, впливають на розвиток образної та стилістичної гами в світі моди.

В роботах молодих дизайнерів авторське трактування кольору є доказом того, як «вільне» поєднання кольорів знаходить нових прихильників, а значить і потребу у нових метафізичних поглядах. Так, англійський дизайнер Метью Вільямсон сміливо працює з кольором. На подібні експерименти в творчості не всі можуть зважитися. Він

використовує яскраво рожевий, флуоресцентно-жовтий, кислотно-зелений кольори і поєднує їх з ритмічними малюнками у моделях колекцій жіночого вечірнього одягу. Це стало візитною карткою стилю автора з часу демонстрації його дебютної колекції «Електричні ангели» 1997 року, який пояснює колір як «...те, за що мене знають. Якщо люди звертають на мене увагу, що з того? Хай живе рожеве плаття!» [7, 188].

Щоб увійти в історію ХХ століття і досягти визнання в світі моди, перед дизайнерами постало завдання зруйнувати класичне панство чорного кольору та запропонувати власний, абсолютно новий підхід.

Таким чином, можна стверджувати, що у світі моди в дизайні кольору надають особливих характеристик, відмінних від інших сфер життєдіяльності людини, а саме: назви кольорів і відтінків мають емоційні і асоціативні значення, вони метафоричні й супроводжуються власними епітетами й порівняннями. Саме цей спосіб використання кольору в дизайнерській практиці залишається майже не дослідженим і потребує подальшого наукового вивчення. Щорічна зміна модної колірної гами, її глибинний аналіз, дозволяють встановити як певні закономірності чергування модних відтінків, так і властивості їх інформаційного та символічного значення.

Однак, сучасний дизайн характеризується наявністю у майстра власної палітри кольорів, які характерні саме для його творінь та роблять його помітним в світі моди.

Окремі дизайнери визначають особисті способи застосування кольору для забезпечення виконання своїх ідей, використовуючи нові приклади тлумачення кольору.

Тому, на сьогоднішній день, колір в дизайні – це один з вагомих елементів самовираження майстра, його унікальний творчий стиль.

Отже, колір багато про що може сказати. І звичайно ж, про те, які зміни відбуваються в людині під впливом кольору, як мода впливає на зміну кольору. Знаючи тепер, що один і той же колір стомлює або збуджує не тільки людей, які нас оточують, але і нас самих, можна легко зрозуміти, чому мода всередині нас так активно вступає в свої права.

1.1 Сприйняття кольору: історія, культура, дизайн.

Колір - це один з різновидів пізнання світу, який перебуває на одному рівні з іншими категоріями, такими як простір, час, рух, а також є одним з ключових культурних проєктів.

Завдяки зору ми отримуємо більшість інформації про світ навколо нас. Зорове сприйняття і сприйняття кольору зокрема – це проблема, яка вже протягом багатьох століть є предметом досліджень багатьох вчених.

Ще Демокріт (460 - 370 рр. до н. е.) пояснював зорове відчуття впливом атомів, що потрапляють у око, які випускає тіло, що світиться. Певно, перший опис будови людського ока показано в роботах Галена (130 - 200 рр.). Хоча цей опис дуже недосконалий, але в ньому вже згадується зоровий нерв, сітківка, кришталик.

Колір відіграє важливу роль у формуванні й розвитку культури. Він допомагає зорієнтуватись у просторі й часі, був одним із способів коригування відносин між людиною і світом, між світом людей і світом релігійних, магічних та природних сил. Найперша класифікація кольорів була універсальним способом позначення і символізації основних сфер

життя і діяльності людини та її понять про навколишній світ і про саму себе [3, 44].

У світі величезна кількість відтінків. Кольори навколо нас ми сприймаємо як належне. Але кольори – це набагато складніше явище, ніж здається. У кожного кольору своя історія і на рівні підсвідомості на кожен колір ми реагуємо по-різному. Найчастіше, розглядаючи картини, банери, журнали і сайти, людина не усвідомлює, наскільки сильно її сприйняття залежить від кольору. Багато дизайнерів та художників знають про підсвідомі асоціації та навмисно використовують колір для того, щоб впливати на людей.

Як наслідок, колір – це характеристика нашої особистості та нашого інтелекту.

Великий вклад у сприйняття людством кольору внесли: англійський філософ і натураліст Роджер Бекон, Ісаак Ньютон зі своєю роботою "Оптика", Йоганн Гете зі своєю працею «вчення про колір», австрійський філософ Людвіг Вітгенштейн з його видатними «нотатками про колір», які стали своєрідною настільною книгою багатьох дизайнерів [9, 37]. Над визначенням залежності сприйняття кольору внутрішнім емоційним станом людини працював Макс Люшер, в результаті він створив колірний тест, яким користуються і донині. Він посилався на те, що сприйняття кольору сформувалося в результаті повсякденного способу життя людей і взаємодії їх з навколишнім світом протягом досить тривалого проміжку історичного розвитку. Люшер дійшов висновку, що колір не тільки викликає певну реакцію у людини, в залежності від її душевного стану, але і формує її емоції і переживання, що і дало вагомий інструмент в руки дизайнерам і художникам [2].

Ставлення людини до кольору взаємопов'язане з процесом пізнання світу та історії культури.

Сприйняття людьми кольору ґрунтується не тільки на оптико-фізичних та фізіологічно-психологічних засадах. Естетична цінність значення того чи іншого кольору в людському житті тісно пов'язана з наявними культурними звичаями, котрі склались у певного етносу, нації чи людей певного регіону.

Вже не одне тисячоліття вчені намагаються зрозуміти призначення кожного кольору і ставлення людини до нього. Тлумачення кольорів та асоціації, які вони викликають, досить відмінні у представників різних рас, націй і культур. За цей час з'явилося безліч наукових робіт і теорій, в яких було описано, як впливають певні кольори на людську психіку. У ХХ столітті на вивчення психології кольору була витрачена маса часу. І все одно люди так і не змогли дійти згоди в цьому питанні. Колір, перш за все, впливає на емоції людини. Психологи стверджують, що нервовою системою обробляється 80% впливу кольору, а зоровою - тільки 20%.

За дослідженнями фахівців, у світі існує три колірних типи особистості, а саме: колірні лідери, колірні скромники та колірні нейтралі. Розуміння характеру цих типів особистості - це шлях до розуміння як можна використовувати колір, щоб вплинути на даний тип людей.

Вибираючи колір, необхідно враховувати особливості його сприйняття, тому що люди, які відносяться до різних етнічних груп, по-різному реагують на той чи інший колір.

У багатьох країнах існують інститути кольору, колірні комітети, групи з вивчення кольору, суспільства кольору – організації, що носять різні назви, але об'єднані однією метою – згуртування національних зусиль у дослідженні кольору, розширення знань про нього, централізацію і поширення відповідної інформації. Вони створені, щоб сприяти поглибленому вивченню кольору, допомагати фахівцям краще розуміти його функції та можливості ефективного використання. Корпорація

«Pantone» є світовим експертом у галузі стандартизації кольору та розробки цифрових колірних комунікацій. Збільшується потік наукової та технічної інформації і кількість книжок, які узагальнюють і систематизують отримані знання про колір, але поки це переважно закордонні автори. Основним висновком є те, що представники різних професій, зокрема дизайнери, почали використовувати колір свідомо. Та неможливо вивести універсальні для всіх випадків правила застосування кольору, тому що його сприйняття залежить від багатьох факторів: вік, стать, емоційний стан, національні та культурні традиції.

1.2 Символіка кольору у різних культурах світу

Розпізнавання проблеми колірної символіки є важливою частиною вивчення взаємозв'язку кольору і психології. Зміст і походження символів безпосередньо пов'язані з подіями в житті людини. Багато досліджень присвячено історії перетворення кольору (як психофізіологічного явища) у культурне або естетичне явище. Н. В. Серов зазначав, що вони не розділяють строго емоційний, міфологічний, символічний та інші типи сприйняття кольору [4, 78]. На думку Н. В. Серова, символіка кольорів спирається на об'єктивні психологічні характеристики, які засновані на різноманітних асоціаціях, зазвичай дуже простих: зелений - весна, пробудження, надія; блакитний - небо, чистота; жовтий - сонце і життя; червоний - вогонь і кров. чорний - темрява, страх, розмитість, смерть. Але, по суті, повсякденний досвід доповнюється міфологічними, релігійними та естетичними поглядами [9, 82].

Символіка кольорів є значною сферою наукового аналізу в різноманітних наукових контекстах, заснованих на обґрунтованих теоретичних і методологічних підходах. Культура і мистецтво певного народу характеризують традиції, звичаї та уявлення світу. Кожен культурний рівень (архітектура, кіно, музика, мистецтво, дизайн) має «колірний зміст».

Колір завжди був присутній у культурі, релігії та символах тієї епохи. З давніх часів - люди приділяли велику увагу кольору в оформленні інтер'єру, при виборі одягу. Маги вивчили можливість того, що використання кольору може бути корисним або шкідливим для людей і вони знали, що деякі кольори заспокоюють, а інші збуджують. Фізіологи виявили, наприклад, що синій і зелений кольори викликають підвищення рівня серотоніну в крові — речовини, що знімає стрес і добре впливає на нервову систему. Під впливом червоного кольору виробляється адреналін, який активізує роботу серця і збудливість людини.

Кожен колір символізує якесь поняття. Архетипи, загальнолюдські образи, передані через культуру, мистецтво, традиції, пронизують колективну підсвідомість. Вони змушені розуміти символи (зображення, кольори) і певним чином реагувати на них без підготовки та наукового підтвердження [2, 86].

На етапі зародження цивілізацій стародавнього світу додалися зміни в структурі господарської діяльності, соціальної організації суспільств, основні зміни в духовній сфері й як наслідок до основних кольорів додалися інші.

Вплив кольору на людину неоднозначний, і вчені не можуть повністю пояснити чому, наприклад, для японців чорний колір є символом радості, а для слов'ян - темряви і жалоби.

Кольорові символи мають давнє походження. Це сталося, коли люди навчилися добувати та використовувати натуральні барвники. Відтоді кольорова символіка пройшла довгий шлях.

Традиції кольорової символіки зараз зникли, особливо в промислово розвинених країнах, де є утилітарне ставлення до кольору.

Символіка кольору була тісно пов'язана з магією та релігією з моменту її виникнення. Кольори є символами магії, святості, божественної сили. Поділ магії на «білу» і «чорну» свідчить про важливу роль кольору в магичних ритуалах.

У російській культурі і культурі давнього Сходу є схожість між поняттям кольору. Історик Л. А. Лелеков помітив, що в слов'янських і перських легендах найпоширенішим кольором був червоний. У наших предків слово «красивий», тобто «найчервоніший, найчервоніший, а тому й найкращий» означало найвищу досконалість [10 230]. В Ірані ім'я героя Сухраб перекладалося як «червоний спалах, червоне світло», передаючи ідею червоного кольору як символу досконалості. Але іранські племена в Індії тлумачать червоний колір якраз навпаки. Вони бачать у ньому колір смерті, жалоби та жаху, що суперечить вченню стародавніх йогів.

Як ми бачимо, червоному кольору надано всілякі магичні значення. Кольори для східних народів не тільки символічні, але й мають пряме значення. Так, фіолетова пов'язка на голові головного героя японського театру Кабукі означає смертельну рану, а будь-яке переважання кольору в кімоно актора свідчить про риси його характеру.

У Китаї білий є кольором смерті. Буддійські ченці ходять у помаранчевому одязі - це суміш сонця і вогню, яка символізує досягнення духовної досконалості.

Індіанці і африканські бушмени розмальовували своє обличчя, збираючись на полювання або виходячи на шлях війни. Барвистий і надзвичайно складний малюнок притягував богів удачі, які повинні були допомогти вистежити і вбити звіра або перемогти у битві. Для ритуальних танців, наприклад, що викликають дощ або виганяють злих духів, людину розфарбовували, зображуючи на його обличчі морду тварини або страшну гримасу демона. А в епоху лицарів вибиралися для гербів один або два кольори, які символізували важливі для них якості.

Представники шотландських кланів до нашого часу носять кілти в клітинку з кольорами свого роду. Цікаво, що в різних кліматичних зонах помітно відрізняється насиченість тонів. Чим північніше місцевість, тим спокійніші кольори.

Скандинави винайшли свій спосіб обробки внутрішніх приміщень. У їх інтер'єрах переважають світлі тони і натуральне дерево, відтінки хвої, холодного моря, блідих лугових квітів. Перевага віддається однотонним меблям, килимам і шпалерам. З іншого боку, одяг натуральних тонів часто доповнюють яскраво-червоні деталі. Майже повна протилежність - марокканський стиль. Дуже яскравий, з безліччю деталей і візерунків. Не випадково саме тут виник термін «арабеска» - музика для очей. Синьо-зелені орнаменти зі стилізованих рослин і геометричних фігур покривають стіни будинків і мінаретів суцільним килимом. В обробці використовується безліч тонів червоного - від теракотового до малинового і бузкового. Виникають, здавалося б, суміші, які взагалі не поєднуються: зелений і фіолетовий або бузковий і помаранчевий. Цей край був джерелом натхнення для Матісса, неперевершеного майстра колірних контрастів.

За даними І. Л. Бусевой-Давидової темно-синій в Стародавній Русі вважався кольором жалоби, поряд з коричневим і вишневим [12, 103]. По не встановленим причинам припускають, що синій сприймався як колір

ночі, чогось темного та жахливого. Коричневий і вишневий могли символізувати колір крові, бо є відтінками червоного. В ХІХ столітті, за даними М. Семенової, на Русі основними кольорами жалоби були білий і червоний [13, 65], а чорний, що на думку Ю.С. Рябцева, завжди був уособленням сил зла і з'явився в цій якості порівняно недавно [14, 39].

Для церковної іконографії візантійського походження характерні лише відтінки синього, золотого, білого, оранжевого та зеленого, які зазначені в статутах.

З приходом епохи Відродження художники і майстри почали використовувати соковиті, яскраві кольори. Синьо-золотий плащ Божої Матері символізує небо, а багряна сукня — страждання і безмежну любов до сина. Біла пелюшка, що огортає Христа, — це чистота і невинність Його розуму. Фіолетовий — символ страждання, «страсті Господні». З картин відомих художників можна отримати уявлення про те, яку епоху переживала країна в той час. Особливий відбиток на темному, напруженому полотні Ель Греко залишила інквізиція.

У Франції під час промислової революції, коли рівень життя покращився, картини імпресіоністів стали яскравими, щасливими та прозорими. У минулому за кольором одягу можна було визначити, звідки походить і живе людина. Тепер у зв'язку з культурним розвитком етнічні та регіональні відмінності зникли, стали більш очевидними особисті уподобання, а не традиційні риси. Кольори можуть викликати специфічні зміни в психологічному стані людини і їх інтерпретація створює те, що ми називаємо колірними асоціаціями і символами, враження від кольору. Як вказує А. Ф. Лосєв: «...ніхто, ніколи не сприймає колір без цих і подібних вражень... червоний колір викликає збудження, саме він, а не ми самі. Збудженість - його об'єктивна властивість»(6).

У кожному епоху один і той же колір може мати різне значення.

Білий колір.

Білий колір – це божественний колір. (Додаток 1. Рис. 1). Білий колір символізує чистоту, світло, істину та невиність. А в християнстві він символізує спорідненість з Божественним світлом. Схоже ставлення ми знаходимо й в інших країнах, зокрема у литовській мові «білі люди» - це чесні люди, а в угорській - «білим народом» називають жінок. Окрім зазначеного вище, білий колір також поєднує в собі таке протиріччя: з одного боку - світло і життя, радість та свято, а з іншого - старість, сліпоту і смерть. Є країни у Європі, а також у Китаї наприклад, білий - колір одягу жалоби. У білому ховали померлого, що символізувало проводи в нове життя.

Окремо, особливо у контексті сьогоденної ситуації, варто зазначити, що білий голуб символізує мир. Тому ми часто можемо спостерігати, як як поруч із символами певної країни чи певної події зображають білого голуба. Зазирнувши в контекст, скоріш за все дана подія була пов'язана із війною чи іншим жахливим дійством.

Білий прапор символізує добровільну здачу, перемир'я. Білий – це колір очищення від гріхів, хрещення і причастя, а також символ церковних свят, як Різдво, Великдень і Вознесіння.

Чорний колір.

Чорний колір - символ ночі, смерті, каяття, гріха, тиші і порожнечі. (Додаток 1. Рис. 2). Також це колір нещастя, горя і жалоби. Він же є символом всього темного і незвіданого. У чорне одягнені зловісні персонажі, поява яких віщує смерть.

На контрасті цікаво відзначити, що також існує зв'язок між чорним кольором і сексуальною привабливістю. Із більш сучасних прикладів можна згадати образ Малени, яка стала зразком жіночої сексуальності саме у

чорній сукні. Звісно, велику роль зіграв і силует плаття, та все ж чорний колір відіграв важливу роль. Або наприклад в африканських племенах жінки з насиченою чорною шкірою високо цінуються саме як коханки. В той же час у арабів існують такі вирази: «чорнота очей», що описує кохану, а «чорнота серця» - любов.

Оскільки чорний поглинає всі інші кольори, разом із чим протиставляється білому кольору, то він позначає заперечення, відчай та поганий, злий початок. Саме точу чума, яка знищила десятки мільйонів людей у 14 столітті назвали «чорна смерть».

У християнстві чорний символізує горе, оплакування і скорботу. У той час як в Японії чорний - це колір радості.

Червоний колір.

Червоний колір також має велику низку значень, зокрема він може символізувати кров, гнів, війну, а також силу і мужність. (Додаток 1 . Рис. 3). З давніх пір у різних народів особливою популярністю користувався червоний колір. У мовах різних народів одне і теж слово означає червоний колір і прекрасне або асоціюється із коханням. Наприклад, полінезійці використовують «червоний» як синонім до слова «кохана», а у Китаї про щире відкрите людину говорять «червоне серце». Також червоний - це колір життя. Червоний прапор в британському військово-морському флоті, який існує ще з XVII століття, символізує «виклик на бій».

Прапор такого ж кольору використовувався під час Паризької Комуні 1817 р., під час повстання 1905 р. та революції 1917 р. в Росії і наступні кілька десятиліть років був прапором Радянського Союзу.

Прихильників італійського національного лідера Джузеппе Гарібальді (1807-1882) називали «краснорубашечниками», бо на знак непокорі існуючій владі вони вдягали червоні сорочки.

Вираз «червоний день календаря» пішов від того, що свята та дні святих позначали саме червоним чорнилом. До речі, у Стародавньому Римі червоний був кольором знаті та влади, що пізніше перейшов до кардиналів. Окрім цього, даний колір використовується для позначення ймовірної небезпеки, що ми можемо спостерігати на дорожніх знаках.

Помаранчевий колір.

Помаранчевий колір символізує теплоту, насолоду. Адже він радує око і сприяє покращенню настрою. (Додаток Рис.4)

І власне психологічно він завжди позитивно впливає на людей. Насправді це окрема тема психологія кольору, адже вона настільки оширна та цікава, що потребує заглиблення.

Повертаючись до значення помаранчевого кольору, то ще одним позитивним аспектом є те, що у Стародавньому Римі він був символом багатодітного і міцного шлюбу, саме тому дівчата одягали вуалі помаранчевого кольору.

Помаранчевий колір цікавий тим, що він поєднує у собі два кольори, червоний та жовтий, а отже і переймає активну енергетику першого та вишуканість другого.

Жовтий колір.

Жовтий колір – це колір золота і, звісно, асоціюється із осінньою порою та сонцем. А золото та сонячне світло також репрезентуються божественну владу. Так наприклад у Китаї - це колір імператора. За часів правління династії Цин, одяг жовтого кольору мав право носити тільки імператор. (Додаток 1. Рис.5). Однак, символіка даного кольору може залежати навіть від тону. Теплі жовті тони - символ непорушного шлюбу, а холодні - символ подружньої зради.

Звертаючись до психології відзначаємо, що жовта гамма в природі справляє на людину тепле і приємне враження, що викликаний спорідненістю із сонячним теплом. Та цікавий факт: психологи зазначають, що дизайн кімнати в жовтих тонах навпаки може викликати порушення психологічного стану і діяти на психіку людину як збудник.

Тому не дивує той факт, що жовтий може символізувати зраду, ревності, боягузливість та навіть брехню. У деяких країнах Європи є випадки, коли жовтим мазали двері будинків, де проживали злочинці. Юда і Каїна часто зображують із жовтими бородами. А під час Другої світової війни, на територіях, окупованих нацистами, євреїв змушували носити жовті пов'язки - «пов'язки ганьби»

А також жовтий колір є кольором хвороби. І якщо біля будинків чи на судах у морі були жовті позначення, то вони виступали як попередження, адже даний колір також символізує і попередження.

Зелений колір.

Зелений колір – це символ в першу чергу природи та весни, а відтак і нового зростання, свободи та навіть надії. (Додаток 1. Рис.6)

Це колір юності та веселощів. Психотерапевтам добре відомо його заспокійливу дію. Маги вважали зелений колір духовним і цілющим. І часто символізував безкінечність і безсмертя.

Також ми знаємо, що гроші, а отже і багатство теж асоціюється із зеленим - через прив'язку до доларів. З іншого боку, у деяких країнах зелений навпаки є кольором банкрутства.

Осіріс, покровитель і суддя мертвих, зображувався зеленим. У підтвердження даного сенсу зелений прапор в морській атрибутиці символізує корабельну аварію.

Синій колір.

Синій колір найчастіше асоціюється із природними об'єктами, як небо та море, а отже можна назвати його символ висоти і глибини (Додаток 1. Рис.7). У багатьох народів він символізує вічність, а в християнській культурі - таємниці божественної істини. На противагу цьому в Єгипті синій колір вважають скорботним.

Синій - це також колір влади, але на відміну від червоного, це скоріше про благородне походження, про королівську особу. Не дарма з'явився вираз «блакитна кров», що використовується для позначення людей аристократичного походження. А виник він через те, що існувало переконання, що вени в аристократів «синіші», ніж у простих людей.

Фразеологізм «синя панчоха» стосується вченої дами і походить ще з XV століття. Такі жінки надала перевагу вивченням наук, і саме сині панчохи були їх відмінним атрибутом одягу.

У християнстві синій символізує щирість та розсудливість. І також варто зазначити, що у маркетингу синій колір використовується із ціллю заспокоїти та наділити покупця впевненістю, що даний об'єкт надійний та потрібний.

Фіолетовий колір.

Значення фіолетового кольору пов'язують із інтелектом, релігійною пристрастю, покаанням. (Додаток 1. Рис.8) Також фіолетовий колір може означати ностальгію за чимось чи горе.

У християнстві значення фіолетовий колір вважається кольором Марії Магдалини, що можна розглядати як символ посту, стриманості. У євреїв значення фіолетового кольору – це підстава, у римлян — вважався кольором Юпітера.

Також фіолетовий пов'язують з переходом від чогось активного до пасивного, або від чоловічого до жіночого, або від життя до смерті. [1]

Не зважаючи на те, що протягом історії людства зміст колірних символів зазнав чимало змін - видозмінювалось їх трактування і ставлення до них, основа колірної символіки залишалася незмінною. Мова йде про те значення кольору, яке залишається навіть при накладанні зовнішніх асоціацій, що спонукаються культурним досвідом та традиціями.

Отже, можна сказати, що значення та символізм кольорів - це лише вершина айсбергу. Більша прихована частина, яка може виступити цікавим об'єктом дослідження - є взаємозв'язок кольору та людською психікою.

Висновки до 1 розділу

Здається, що, враховуючи стародавню природу кольорової символіки, важко очікувати нової колірної символіки в 20 столітті. Але змінюється світ ХХ століття, змінюються уявлення людей про речі і явища, тому сприйняття кольору поглиблюється і змінюється. Справді, з принципу свіжих по новизні сенсів ми не виявляємо, але «звучання» багатьох кольорів істотно змінюється. Оригінальність колірної символіки ХХ століття полягає також і в тому, що колір активно застосовується як символ суспільно-політичних рухів і явищ. Передусім це зачіпає колірну тріаду. Білий, чорний і червоний кольори впевнено пов'язуються у свідомості кількох поколінь, перш за все, з політичною та ідеологічною боротьбою різних класів і

суспільних груп. Безсумнівно, що колір певною мірою впливає на психіку людини. І тут існує досить багато елементів, на які слід звернути.

У загальнокультурному плані колірна символіка, прийнята кожною культурою як один із компонентів, є надзвичайно важливою. Нині розуміння людьми кольору як символу відносно слабке. У різних народів, в кожній культурі зустрічаються відмінні значення кольорів, але для них існує спільна першооснова, яка будується на здатності кожного кольору окремо і в сукупності з відтінками впливати на психіку.

Їх знання неповні за принципом «колись я це чув...». Можливо, тому в наш час символіка кольорів має різне значення. Звичайно, ми все ще використовуємо основні кольори, але знаходимо їм зовсім інше застосування.

Тому в семіотиці кольору визначальними поняттями є: символи, коди, універсальність, прототипи, константи. Колір дозволяє поєднувати розумовий, фізичний та інформаційний зміст, які об'єднуються і відображаються в культурі [9, ст. 87].

РОЗДІЛ 2. МОДА ЯК ФЕНОМЕН В КУЛЬТУРІ ХХ СТОЛІТТЯ

Мода є одним з найбільш широко відомих феноменів соціального життя. Нею дуже цікавляться не лише науковці, а й люди, які стикаються з нею у повсякденному житті.

У літературі різних жанрів, як науковій, так і науково-популярній мода неодноразово виступала в якості об'єкта дослідження. Вона входить в сферу інтересів фахівців різних галузей, серед яких: філософи, історики, культурологи, психологи, художники, технологи та конструктори виробництва одягу та ін.

Мода - неоднозначний соціокультурний феномен, який ми спостерігаємо у різних сферах: у зовнішності людини (одяг, зачіска), в середовищі її проживання (інтер'єр, різні предмети побуту), а також в мистецтві, архітектурі, художній літературі, мовній поведінці і так далі.

Першими дослідили феномен моди такі соціологи, як Т. Веблен (1899) і Г. Зіммель (1904). Вони розглядають моду як явище класової спільноти, оскільки вона формується на верхівці суспільства.

Засновниками модних тенденцій історично була еліта – можновладці, «культурні герої». Сьогодні існує багато субкультур, кожна зі своїми нормами та ідеалами, які проявляються у зовнішньому вигляді. Дослідники моди вказують на певні закономірності її розвитку: зв'язок із соціальними та історичними явищами, прискорене поширення, циклічність розвитку. Мода пов'язана з усіма сторонами суспільства. Вона відображає всі сторони культурного та соціального життя, що цікавлять суспільство.

Модні цикли - це одна зі сторін мінливості моди. Багато вчених намагаються виявити їх типологію і визначити тривалість. В основі модних періодів лежить зміна модних стандартів (вужьке і широке, довге і коротке). Так само як і зміна стандартів краси та зовнішності.

Циклічність є найважливішою закономірністю розвитку моди. Адже вона завжди тягне за собою зміну прийнятого стандарту, навіть коли мова йде про циклічність. Процес створення нової чи адаптації старої тенденції у будь-якому випадку виступає модною інновацією. І здійснюється вона не тільки за допомогою звернення до традицій, коли модний зразок

запозичується з минулої моди, а також шляхом натхненням традиціями інших культур. Як приклад, дуже близький нам, можна привести запозичення мотивів української вишиванки в колекціях відомих світових брендів, як Dolce & Gabbana, Gucci та інші.

Моду можна розглядати як частину комунікації. Це відбивається на її функціях в культурі. Основними функціями моди вважають:

- Комунікативну - як спосіб ідентифікації «свої-чужі». Вона ціннісно-орієнтовна (модний костюм демонструє, що сьогодні вважається хорошим, що поганим).
- Естетичну: мода - це мистецтво (найбільші музеї світу влаштовують виставки робіт художників-модельєрів), модний костюм - це відображення естетичних ідеалів епохи або конкретної людини.
- Практичну - купуючи костюм, ми хочемо, щоб нам було комфортно (сьогодні виробники модного одягу велику увагу приділяють розробці нових ергономічних тканин, хоча «жертви моди» будуть страждати і в незручному одязі);
- Символічну - від використання релігійної символіки до субкультури.

Поняття «мода» використовується в різних значеннях і оцінюють її в залежності від уподобань.

Відомо, що мода виникла досить давно, існуючи в різних сферах соціального життя. Модним впливам підпорядковується не тільки зовнішній вигляд людини (одяг, макіяж, зачіска, прикраси), а також й даному впливу підлягає стиль архітектури чи інтер'єру, різноманітного роду дизайн: чи то автомобілів, чи посуду, чи художнє оформлення книг. Навіть спосіб життя і манери поведінки мають свої модні тенденції, за цим можна прослідкувати у видозміні правил етикету.

У духовному житті в усі часи були «модні» або краще сказати популярні письменники, поети, художники, актори, режисери, музиканти. І це відбувається тому що їх стиль, бачення було актуальним у період певної епохи. У той же час про деяких митців навпаки говорять: «Він випередив свій час» або «йому треба було народитись трохи раніше чи пізніше».

Завдяки досить швидким змінам, вчорашня мода завжди відрізняється від сучасної, хоча в буденному житті вони можуть співіснувати і навіть не суперечити одна одній. Але кожна з них висловлює свій «знак часу». Додатковим джерелом інформації про культуру різних епох стає точність відтворення моди певного періоду.

Вчені виділяють комунікативну функцію моди. У широкому розумінні комунікація - це обмін інформацією між особистостями за допомогою загальної системи символів.

I. Кант так говорив про моду: «Природна схильність людини порівнювати себе в своїй поведінці з ким-небудь більш авторитетним (дитина з дорослими, прості люди з більш знатними) і наслідувати його манерам. Закон цього наслідування - прагнення здаватися не менш значним, ніж інші, і саме в тому, причому не береться до уваги будь-яка користь, - називається модою» [32, с. 193]. Так, в архаїчній культурі амулети і прикраси говорили про те, що людина, яка їх носить, належить до певного племені. Крім цього, за їх допомогою люди спілкувалися з потойбічними силами, намагалися захистити себе. Таким чином люди показували своє шанування і просили захистити їх від злих духів.

Історично мода виникла набагато пізніше ніж одяг і костюм.

З появою класового суспільства роль моди в житті людей ставала більш помітною і відповідно зростала її комунікативна роль. Тепер вона стала всім повідомляти вже не про те, що людина відноситься до певної родової або племінної спільноти, а про класові приналежності людини.

Для розуміння моди як культурно-історичного феномену необхідно чітко розмежувати поняття «мода», «костюм», «одяг». Одяг - конкретна форма виробу. Костюм - набір підібраних певним способом предметів одягу з конкретною метою. Мода – «міра, спосіб, правило, панування в даний час тих чи інших зовнішніх форм в предметах побуту, головним чином в одязі» [1].

Якщо одяг - це засіб, костюм - спосіб рекламування певного образу, то мода – це правила створення цього образу.

Таким чином, при аналізі тенденцій моди в першу чергу потрібно звернути увагу на зміну силуету, пропорцій костюму, колірну гамму, фактуру, нові технології, а також на аксесуари, взуття, зачіску і макіяж.

Револьюційні зміни в сфері промислового виробництва, відкриття нових технологій, розробки в області текстилю, техніки крою, створення нових видів і типів тканини, різних матеріалів є прямими передумовами в розвитку одягу і «супутніх товарів». Від загального стану економіки та політики залежить і модна індустрія як і будь-яка сфера виробництва. Розвиток одягу під впливом моди має шляхи трансляції нововведень. Новизна модного образу визначається «інформативними» точками, за якими йде трансляція нової моди. Її параметрами є силует, членування, лінії, орнамент, колір, які характеризують форми костюма.

Мода - це добре забуте старе. Все частіше можна спостерігати в дизайнерських роботах сучасних модельєрів образ, який характерний моді ХХ століття. І це не випадковість. ХХ століття - це час реформ, яке послужило величезним поштовхом для створення цілої індустрії моди.

2.1. Вплив культурних процесів на моду ХХ століття

Історія ХХ століття була пронизана соціальними подіями і революційними змінами в науці і техніці. З цим пов'язано те, що на кожному мінливому історичному етапі виникали нові культурологічні течії.

При вживанні слова «мода» зазвичай мають на увазі одяг, але мода відноситься і до стилю життя, автомашин, ресторанів, фільмів та інших явищ, які оточують людину.

Культура ХХ століття розвивалася настільки швидко, що протягом життя однієї людини відбулися такі значні зміни, які раніше не відбувалися за століття. Мода - це і мистецтво, і бізнес, і індустрія. Моду навіть називають одним із способів соціального маніпулювання.

Мода - це панування певного смаку у певний період. Як правило, мода часто змінюється, іноді повертаючись до давно забутого.

Авангардизм

Незмінні століттями принципи і структури образотворчого мистецтва не відповідають вимогам відомих художників. На початку ХХ століття люди відкрили новий метод творчого мислення і нові засоби образотворчого мовлення. Мистецькі напрямки, що виникли між 1905 і 1914 роками, отримали назву «авангард», оскільки вони були абсолютно новими. Термін «авангард» (франц. – висока відстороненість) у культурі ХХ століття використовується як зонтичний термін для всіх нових течій, таких як фовізм, кубізм, орфізм, футуризм, кубфутуризм, експресіонізм, доктрина абстракції, супрематизм, примітивізм, сюрреалізм.

Модернізм

Початок ХХ століття - це продовження епохи модернізму.

Стиль модерн, який домінував в мистецтві того періоду, сильно вплинув на жіночу моду і стилізацію всієї жіночої фігури. Робилися спроби зробити жінку схожою на мотиви, улюблені модерном: гнучкий довгий стан, стрункою як лебідь, яскравою як павич і легкою як метелик.

Таких ефектів вдалося домогтися за рахунок моделювання фігури корсетом, крою одягу, підбору тканин і їх забарвлення і відповідної фурнітури. У суконь і блузок були коміри-стійки, рукава з пишними формами і вільні бюстгальтери; вузьку талію підкреслював широкий пояс, а спідниця, щільно прилягала до стегон, розширювалася внизу, як квіткова чаша, а позаду переходила в широкий шлейф.

Літній одяг і бальні сукні шили з тонких прозорих матеріалів приглушених кольорів, що імітують кольори рослин: білий, бузковий, синій, зеленуватий, коричневий. Також були популярні повністю чорні предмети одягу.

Жіночі вбрання прикрашалися мереживом, вишивкою, аплікаціями і особливо блискучими стразами. Модними аксесуарами були: довгий вузький шарф з пір'я страуса або півня (боа) і великий капелюх з вуаллю, щедро прикрашений штучними квітами.

Постмодернізм і постсучасна культура.

Друга половина ХХ століття - це час постмодернізму і постсучасної культури, яка вирізняється процесами глобалізації, інформатизації та постмодернізації.

ХХ століття виявилось найбільш динамічним у всій історії. У ньому постійно відбуваються процеси оновлення, модернізації. Можливо саме тому найпопулярнішими стилями в культурі ХХ століття стали модернізм і постмодернізм. Модернізм характерний для першої половини ХХ століття, постмодернізм для останньої чверті ХХ століття.

Біля витоків модернізму знаходилися Французькі поети XIX ст.Ш. Бодлер, П. Верлен, філософи Ф. Ніцше, К'єркегор і ряд інших діячів мистецтва. Модернізм в широкому сенсі пов'язаний з розривом з реалізмом, він закликав до відмови від зв'язку мистецтва з дійсністю. Модернізм включає ряд течій, напрямків і шкіл початку і першої половини XX століття, в яких були обґрунтовані нові культурні цінності, відмінні від класичних цінностей XVII - XIX століть.

Завершує культурне різноманіття XX століття новий напрямок - постмодернізм. В його основі знаходиться принцип плюралістичних ідей, стилів, думок, точок зору, вільного поєднання виразних засобів. Модернізм визначає відкрите мистецтво, яке взаємодіє як з усіма старими, так і з новими напрямками. Основним в постмодернізмі стає текст, що представляє собою набір цитат, гру без правил граматики і стилістики.

Класицизм і орієнталізм (1908 р. – 1914 р.)

Реакцією на ненатуральність жіночої фігури в стилі модерн став перехід жіночої моди до класицизму і орієнталізму. Обидва напрями успішно просував паризький кравець П. Пуаре, який також позбавив жінок від жорсткого корсета.

Стиль класицизму пропонує простоту грецького одягу або за зразком моделей стародавніх імперій. Сукні мали високу талію, великий виріз, короткі рукави і спадали до ніг прямими вертикальними складками. Найчастіше їх виготовляли з легких тонких тканин. Також стали в моді "грецькі" зачіски з вузлом із зав'язаного на потилиці волосся.

Надихнуті східними мотивами дизайнери шили вечірні наряди яскравих насичених кольорів, покритих блискучою вишивкою, які доповнювалися аксесуарами, що асоціювалися з екзотикою. У суконь були туніки до колін, а їх спідниці, завужені донизу, часто розрізалися і драпірувалися.

Жінки почали носити костюми з довгими приталеними куртками і дуже вузькими спідницями. Капелюхи були величезних розмірів.

Через вплив англійської моди чоловіча мода почала швидко розвиватися. З'явилися вовняні костюми темного кольору із жакетами різної довжини і приталеними жилетами в тон. З ними носили білі сорочки з низьким коміром і краваткою. На штанах робили складки і манжети.

Популярним став капелюх борсаліно з м'якими полями і заламаним верхом.

Військова революція (1914 р. – 1918 р.)

Початок Першої світової війни ініціював значні зміни в політичному, культурному і моральному житті, які відбилися на моді, особливо на жіночій.

Умови війни змусили дизайнерів та їх клієнтів обмежити пошиття та використання декоративного і дорогого одягу, а активна участь жінок у професійній та громадській діяльності замість чоловіків призвела до спрощення жіночого одягу.

Повсякденний одяг, позбавлений прикрас, шили зазвичай зі скромних матеріалів: вовняного трикотажу або льону «Мілітарі» сіро-зеленого або бежевого кольорів. Вечірні сукні зберегли довоєнний східний стиль або мали форму кринолінів з дуже широкими спідницями.

Чоловіки, якщо вони не носили форму, задовольнялися скромним гардеробом за довоєнними зразками: костюм, пальто з хутряним коміром, простий капелюх. Почав з'являтися функціональний спортивний одяг: куртки з поясом і кишнями, штани до колін або бриджі з високими чобітьми. Їх супроводжували бейсболки і практичні шкіряні пальто або

плащі з попліну, які раніше використовувалися для поїздок на велосипеді чи автомобілі.

Томбої і джентльмени (1918 р. -1929 р.)

Після закінчення війни, в «божевільні» двадцяті роки, жіноча мода послідовно розвивалася в бік функціоналізму. Прогресивна емансипація і вплив авангардних тенденцій в мистецтві (кубізм, конструктивізм) зробили стиль «шибеника» (*à la garçonne*) або томбоя наймоднішим в середині 20-х років минулого століття.

Перукар польського походження Антоні Черпліковскі запропонував зачіски з коротким прямим волоссям. Провідний дизайнер цього періоду Коко Шанель пропонувала жінкам, які ведуть активний спосіб життя, вбрання з геометричними лініями, заниженою талією і довжиною трохи нижче колін: плаття з двох частин, брючний костюм і костюм з жакетом і вузькою спідницею.

Вона також створила невідкладне часу «маленьке чорне плаття» - післяобіднє просте плаття з чорної тканини.

У чоловічій моді переважає стиль англійського джентльмена з короткою стрижкою і невеликими вусиками, одягненого в приталений темний костюм з жилетом, білу сорочку з низьким коміром і непомітною кольоровою краваткою.

Святковий чоловічий одяг був трохи простішим (без жилету) і яскравих кольорів.

В цей час зростала популярність спорту і мода на засмагу, тому з'явилося багато нових видів спортивного одягу - купальників, широких пляжних штанів і велосипедних шортів, а також коротких тенісних

спідниць для жінок, вовняних жилетів, светрів, блейзерів, лижних штанів і коротких курток для обох статей.

Довоєнна елегантність (1929 р. - 1939 р.)

Після великої економічної кризи 1929 року жіноча мода відступила від плоского і незграбного силуету «розкутого шибеника». Знову стали підкреслюватися жіночі принади: пишне волосся, круглий бюст, вузька талія, обриси стегон.

Їх доповнювали зачіски з більш довгого волосся, викладеного хвилями і завитками.

Набули популярності сукні з розширеними плечима, вузьким ліфом, помітною лінією талії і злегка розширеною спідницею, подовженою до середини ікри. У літньому варіанті їх шили з тканин в квіточку або в горошок, в більш холодні дні - з тонкої гладкої вовни.

Вечірні сукні були довгими до підлоги, з великим вирізом, дуже вузькою або з широкою спідницею. Повсякденні костюми і пальта носили з лисячим коміром через плечі, вони були прикрашені великими штучними квітами або брошками.

Чоловіки також підлаштували свій зовнішній вигляд до часу доби і обставин.

Робочий костюм був витриманий в приглушених темних тонах. На літню прогулянку надягали легку або картату куртку, а вечірнє вбрання - це чорний смокінг або фрак.

Важкі часи (1939 р. - 1947 р.)

Роки Другої світової війни не сприяли розвитку моди. У складних політичних і економічних умовах того часу одяг повинен був бути, перш за все, дешевим і функціональним.

Тому чоловіки носили довоєнні костюми і пальта, а також використовували спортивний одяг (штани-галіфе, сорочки без краватки) і надлишки військового одягу або одяг, що залишився після демобілізації: куртки військового зразка, штани - галіфе, взуття - чоботи).

Жінки виконували чоловічу роботу та носили скромний і практичний одяг. Вони перешивали чоловічі костюми в костюми з приталеним жакетом з широкими плечима і вузькою короткою спідницею. Сукні часто шили з декількох комбінованих матеріалів і доповнювали великими кишнями.

Своїми руками в'язали трикотажні блузки, кофтинки і жилети. В цей період було майже неможливо придбати взуття, тому використовували дерев'яні підшви і поєднували їх із залишками шкіри або тканини; також були широко поширені сабо.

Dior і рок-н-рол (1947 р. – 1960 р.)

Всупереч післявоєнним закликам за економію і рівноправ'я, жінки очікували від відроджених будинків моди пропозиції нового привабливого одягу.

Першим на ці очікування відгукнувся Крістіан Діор, який запропонував в 1947 році стиль "New Look", головною новинкою якого були дуже широкі спідниці, подовжені до середини ікри, вузькі бюсти і короткі жакети зі скошеними плечима та туфлі на високих підборах.

У наступні роки Dior створював одяг прямого силуету. За підтримки Chanel стали популярними моделі костюмів з елегантними аксесуарами (шовкові блузки, сумочки на ланцюжках, біжутерія). Кольори стали

яскравішими, а малюнки тканин різноманітнішими, з'являлося все більше і більше матеріалів зі штучних волокон (нейлону).

Позиції французької моди «від кутюр», які були непорушні протягом декількох десятиліть зруйнувала молодь. Американські підлітки, а по їх зразку і молодь інших країн стали одягатися інакше, ніж дорослі: в барвистий, зручний і дешевий одяг.

У гардеробі молоді з'явилися бавовняні блузки і футболки, різні вузькі штани (в тому числі і джинси), відверті бікіні для дівчаток і літні сорочки з яскравим малюнком для хлопчиків. У таких костюмах танцювали рок-н-рол.

Перемога молоді (1960 р. – 1970 р.)

Відомі будинки моди перейняли багато елементів молодіжного стилю в своїх провідних колекціях.

Широке поширення набула довжина міні, запропонована в 1965 році англійським дизайнером М. Куант: сукні та спідниці до середини стегна трапецієподібного крою, що поєднуються з геометричними аксесуарами. Колготки стали для них незамінними, а захист ніг повинні були забезпечити чоботи до колін або штани, які ставали все більш популярними серед жінок. Для хлопчиків зразком став одяг учасників молодіжних музичних колективів, особливо The Beatles. Саме завдяки їм стало модним довге волосся, сорочки з рюшами, вузькі і короткі жакети, брюки-кльош і високі підбори з вузькими носами. Дорослі чоловіки в основному віддавали перевагу звичайному одягу, хоча частіше використовували спортивні куртки або кольорові сорочки без краватки, а головні убори обов'язково замінювали різними кепками.

Вторгнення екзотики (1970 р. – 1990 р.)

У жіночій моді природною реакцією на міні-спідницю стала довжина максі, довжина одягу доходила до середини ікри або до підлоги. Під впливом руху «хіпі» народився мальовничий, романтичний стиль з тематичними візерунками (в основному індійськими): хвилясті сукні та спідниці з бавовняних тканин з яскравими квітками, вишиті блузки з оборками, пов'язані шарфи, накидки, капелюхи і т. д., об'ємні светри, довгі дублянки.

У 1980-і роки японські дизайнери (Kenzo, Yamamoto, Miyake) в Парижі ввели в моду ще один напрямок екзотики. Вони поєднали східний багат шаровий одяг вільного крою, монохромних кольорів і орнаментів з європейськими елементами. Це були великі куртки і пальта з рукавами-кімоно, стьобані куртки, вільні штани, широкі спідниці різної довжини.

У повсякденному чоловічому гардеробі переважали джинсові штани і джинсові сорочки, спортивні костюми, спортивне взуття (кросівки). Велика частина молоді носила «вільний» одяг: речі занадто великі, навмисно пошарпані, дуже вільні.

Молодіжні субкультури підкреслювали свою ідеологію зовнішнім виглядом: панки одягалися в чорні шкіряні наряди з металевими аксесуарами і шокували яскравими зачісками; скінхеди відрізнялися голеними головами, а шанувальники хеві-металу представили вільні футболки із зображеннями своїх кумирів.

Декаденти кінця століття (1990 р. - 2000 р.)

Плюралізм вплинув на велику різноманітність стилів одягу, особливо жіночого. Костюм з приталеним жакетом, шовковою блузкою і короткою спідницею або брюками став майже уніформною жінок, які працюють на високих посадах. Мінімалістичний стиль пропонував одяг з натуральної сировини, максимально спрощеного крою і монохромного забарвлення.

Його протилежністю стала мода на одяг фантазійного крою з яскравих блискучих тканин, доповнених прикрасами і принтами. Зручний одяг і спортивне взуття незмінно користувалися популярністю в повсякденному житті.

Для чоловіків добре зшитий вовняний костюм з ретельно підібраними кольоровими аксесуарами як і раніше залишався найпопулярнішим одягом.

Більшість чоловіків використовували різноманітний спортивний одяг, у якому все більше уваги приділялося якості сировини і якості його виготовлення. Дизайнери пропонували стилі одягу до яких увійшли елементи минулих стилів, так чи інакше комбіновані, справжніх новинок майже не було.

Отже, в результаті аналітичного огляду різних напрямків в модній індустрії ХХ століття, можна акцентувати увагу на такі найбільш яскраві явища моди і дизайну як: стиль модерн, утиліті, міні-мода, стиляги і т. д..

ХХ століття вражає своєю різноманітністю модних течій. Деякі були сприйняті суспільством позитивно, інші ж викликали протест переважної частини суспільства, тому що їх ідеї були занадто зухвалими і новаторськими. Однак час розставив все по своїх місцях і зараз всі ці ідеї займають гідне місце в історії моди. Стриманість костюму у воєнні роки, яскравість барв в образах стиляг, романтичність стилю модерн об'єднуються в приголомшливому і насиченому ХХ столітті.

Величезний внесок у розвиток моди і дизайну внесли такі відомі модельєри, як Коко Шанель, Крістіан Діор, Джанні Версаче, без яких уявити розквіт моди минулого століття неможливо. Кожен з них був неповторний у своїх колекціях, залишивши значний слід в історії моди.

2.2. Мода як явище культури

Слово «мода» походить від латинського слова «modus», що буквально означає міра, образ, метод, правило, припис. Важливо звернути увагу на внутрішню динаміку моди як культурного явища. Звісно, мода суперечлива, примхлива, непередбачувана, її практично неможливо пояснити раціонально. Але в той же час вона також має свою траєкторію виникнення, кульмінації та загибелі, яку можна назвати закономірністю розвитку, заснованою на повторюваності і циклічності.

Мода вивчається в соціології, філософії, культурі, економіці і навіть політології, оскільки вона впливає на всю соціальну структуру. Завдяки моді можна зрозуміти, до якого суспільства належить людина.

Мода – це поєднання цілісності стилю та гармонії кольорів. Вона надає зовнішності природний і гідний вигляд. Це вимагає відчуття масштабу, розрахунку факторів, таких як час, смак, вік тощо. Здебільшого в повсякденному житті, в розмові, «мода» згадується як конкретний предмет, форма одягу, яка в даний час «модна». Тобто плутання понять «мода» і «модно». Також це слово вживається для позначення професійної діяльності експертів, тобто роботи дизайнерів, що працюють у сфері дизайну одягу. Крім того, слово «мода» відноситься до величезного світового бізнесу, який систематично розвиває нові бажання мільйонів людей, щоб якомога вигідніше для себе задовольнити ці бажання.

Культура ХХ століття розвивалася настільки стрімко, що в житті однієї людини відбувалися суттєві зміни, які раніше не відбувалися за сторіччя.

Мода завжди передбачала інновації та наслідування. Вона задовольняє потребу людини в оновленні та соціальній підтримці, оскільки створює механізм, який допомагає визначити групи, які вважаються

особливо цінними. Людині подобається цей зразок, тому що вона вважає це важливим для себе. Сучасна мода - це мистецтво, бізнес і індустрія. Мода навіть відома як один із способів соціального маніпулювання.

Коли мова йде про розвиток одягу в ХХ столітті, ми не можемо покладатися виключно на релігійні системи вірувань, художні стилі та аристократичні уподобання, як це було в минулому. Мода характеризується прагненням до розширення, до руху вшир, захоплення нових верств, груп і територій. Але під час цього руху вона поступово згасає. Чим більше людей приймає її, тим швидше починається її зміна. Це добре відомо законодавцям моди, власникам модних салонів, торговцям.

У моді переплітаються суперечливі характеристики: новизна і прагнення до успіху, привабливість оновлення та прагнення до стабільності. Але новизна закінчується, а сталість оманлива. Тривалість моди та вартість покупки не дуже розумні, оскільки модні речі швидко застарівають і морально старіють, не чекаючи, фізичного зносу. Мода пристосовує людей до короткочасності своїх циклів і вчить «культури викидання». Оскільки мода насамперед характеризується своєю мінливістю, її часто називають примхливою, кокетливою, і не розглядають як щось, що слід сприймати серйозно та вивчати. Така позиція абсолютно неправильна, адже мода завдяки своїй мінливості може допомогти людині уникнути одноманітності і нудьги. Прагнення людей до внутрішніх і зовнішніх змін певною мірою відображає мінливість самої природи. Як культурне явище, мода має ще один важливий фактор. Це пов'язано з оновленнями. Новий одяг змінює не тільки зовнішній вигляд, а й поведінку, вимагаючи нових вражень, робить людину більш відкритою до нововведень.

Незважаючи на те, що мода як соціальне явище має колективний характер, вона не тотожна всій групі. Мода завжди приймається лише

частиною групи, але як тільки вона визнається групою в цілому, призначення її стандарту змінюється, і вона втрачає свій символічний характер та атрибути. Таким чином, мода, з одного боку, сфера універсального наслідування, це звільнення людини від відповідальності за свої смаки та уподобання, а з іншого – відмінність, підкреслення їхньої участі в окремих групах, символічно приналежних до еталонів сучасності. Мода має великий вплив на культуру, втягуючи різні групи людей у цикл змін, стаючи символом новизни в світі, який постійно змінюється.

Висновки до 2 розділу

На практиці, якщо розглядати моду з позицій культурологічного підходу, стає зрозуміло, що мода – це відображення цінностей, актуальних для культури, тому в ній, як і в культурі в цілому, поєднуються і паралельно співіснують такі різнохарактерні процеси, як прагнення до уніфікації і пошуки індивідуального, диктат і свобода.

Доступність моди - це не тільки ознака розширення владного проникнення в індивідуальний простір особистості, а й демократизації суспільства, а демократизація за своєю суттю пов'язана зі збільшенням відповідальності кожної особистості за власний вибір.

Можна зробити висновок, що мода - це якась гонка, що створює процес постійного руху, створюючи постійно щось нове, для певного кола осіб.

Вивчаючи історію моди, можна зробити висновок, що мода є невід'ємною частиною культури і соціального життя людини. Вона відображає всі переломні моменти в історії людства в цілому, а також

соціальний стан окремої особистості. А крім цього мода завжди надає приємну можливість порадувати себе і своїх близьких модним, яскравим, стильним одягом.

Таким чином, з плином часу змінювалося як ставлення суспільства до моди, так і вона сама. Із стихійно явища соціального буття людини вона поступово перетворюється в повністю контрольований і свідомо використовуваний соціумом феномен, що відображає потреби свого історичного часу.

Сучасний світ стає єдиним, зберігаючи різноманіття культури, соціальне життя, тим самим підкреслюючи, що мода не може постати в якомусь одному стилі або напрямку. Вона вимагає постійного розвитку і пошуку нових технологій в індустрії мод.

РОЗДІЛ 3. КОЛІР В КОСТЮМІ

Вивчаючи історію моди ХХ століття, ми звертаємо увагу на зміни, які стрімко увірвались у вже існуючі модні течії. Перш за все жіноча мода ХХ століття переживала, можна сказати, своєрідну революцію, яка вплинула на подальший розвиток світової моди.

Важливо згадати, що у ХХ столітті жінки не соромились сміливих рішень стосовно одягу. Наприклад, вони почали приміряти елементи чоловічого гардероба. Сьогодні штани виглядають доволі природньо на жіночому тілі, хоча так було не завжди. Коко Шанель одна із перших, хто почала кидати виклики модному жіночому одягу. Кольорова гама одягу стала набагато різноманітнішою, що викликало у юних модниць захват. Колір - це та об'єктивна реальність, яка оточувала і продовжує оточувати людину, наше життя постійно пов'язане з кольоровим сприйняттям.

Умовно можна визначити такі три ролі, які виконує колір: 1) привертає увагу до особи; 2) створює певне враження; 3) утримує увагу. Під час знайомства людина насамперед звертає увагу на обличчя; перше враження ми інстинктивно формуємо через погляд та посмішку. Далі - волосся та брови. Так як переважна більшість людей підсвідомо у першу чергу оцінює саме риси обличчя, не дивно, що ми постійно намагаємося прикрасити себе, додати яскравості та виразності своїй зовнішності. Однак, на противагу цьому набагато менше уваги приділяється кольору одягу. Та він є не менш важливим - хоча б тому, що одяг, зазвичай, покриває більшу

частину нашого тіла і саме колір нашого костюму помітний відразу. Варто зазначити, що колір може грати як на нашу користь так і навпаки, як приваблювати, так й відштовхувати. Якщо кольори вбрання занадто яскраві, співрозмовник може не розгледіти особистість, з якою веде розмову, тому що його увага буде повністю звернена до одягу. З іншого боку, якщо людина одягнена у щось сіре та невиразне, то її просто можуть не сприйняти серйозно. Недарма існують різні види дрес-кодів, які регулюють зовнішній вигляд людини залежно від ситуації та суспільства, до якого вона потрапляє.

Останні дослідження привернули увагу до роботи І. Шевченко [3, ст. 51], в якій авторка визначає загальну характеристику людської діяльності з точки зору вимірювання колірної константи культури та кольору як «пояснююча» особистості. Звертаючись до фундаментальних досліджень професора функціональної психології Макса Люшера, який довів, що людське сприйняття кольору формується протягом тривалого історичного періоду, а ставлення до кольору визначається природою багатьох поколінь, Шевченко вважає, що ставлення до кольору завжди залишається емоційним. (3, 26) Колір не лише викликає реакції, пов'язані з емоційним станом людини, а й формує її настрій, що дозволяє авторці широко застосувати поняття «колір людської природи». Вважається, що колір людина сприймає душею, тому існує зв'язок: душа - емоція - естетичне відчуття.

Крім естетики, колір сам по собі має кілька основних впливів на людину: фізичний, візуальний, психофізіологічний та символічно-культурний. І якщо колір як фізична величина є «відображенням світла, що має кілька основних характеристик: мінливість, насиченість та об'ємність», то колір як естетичне явище – це спосіб змінити наше ставлення до життя та сприйняття світу. тобто є істотним значенням» [2, с. 1].

Чуттєво-моральний аспект впливу кольору залишається сьогодні найменш з'ясованим, як і проблеми творчості та видової специфікації мистецтва, де колір розглядається, як важливий чинник формування почуттєвої культури людини.

Особливий інтерес у цьому плані представляє теорія хроматичної аберації, яка висвітлюється в працях відомого російського вченого М. В. Серова [4, 5, 6], що стверджував: «зміна кольорів в релігії, в мистецтві, в моді сприяє самовираженню людства. Таким чином, колір практично завжди, всюди і в усьому є виразом. Однак виразом не кількості, і не форми, а якості. Тієї самої якості, яку без кольору неможливо ні уявити, ні виразити, ні змінити - якості нашого інтелекту» [4, с. 6].

Сам колір, окрім естетичного, має декілька основних видів впливу на людину: фізичний, оптичний, психофізіологічний та символіко-культурологічний. І, якщо колір, як фізична величина, - це «відображення світла, у якого є декілька основних ознак: змінюваність, насиченість та об'ємність», то колір, як естетичний феномен, - явище, що «змінює наше відношення до життя і сприйняття світу, тобто є суттєвим смислоносієм» [2, с. 1].

Варто пам'ятати, що колір одягу впливає не тільки на оточуючих, але і на нас самих. Те, як ви себе відчуваєте в ньому, впливає і на сприйняття вас іншими людьми.

Насправді вичерпних правил для колірної гармонії в костюмі не існує, і не може бути. По-перше, про гармонію кольорів не можна говорити, не враховуючи конкретне призначення конкретного колірної поєднання: «Неможливо скласти загальний закон колірної гармонії... закономірності побудови таких гармоній в орнаментальному мистецтві, станковому живописі, архітектурній поліхромії і конструюванні одягу не можуть бути єдиними хоча б тому, що живопис оперує як з гармоніями, так і з

дисгармоніями» [4, с. 389]. З огляду на ті процеси, які відбуваються з костюмом кінця ХХ ст. (авангардна мода, анти-мода, вплив субкультур) в дизайні також має місце дисгармонія кольорових сполучень, яка сприяє утворенню образів костюма, що відповідають за змістом таким естетичним категоріям як «відразне» та «низьке».

3.1 Історія і культура кольору в моді

Історія моди знає багато епох і періодів, злетів і падінь, історій костюма і фасону, аксесуарів і прикрас, капелюшків, шалей, хусток і косинок, а також зміни обличчя і тіла за допомогою зачісок, бороди і вусів, косметики і духів, татуювань і пірсингу і т. д.. Одяг – це культурний код, призначення якого змінюється з часом.

У поняття «костюм» входить одяг, взуття, зачіска, косметика, головний убір, рукавички, прикраси. Костюм пов'язаний певним чином з манерою поведінки людини і носіння костюма. Через костюм можна виразити індивідуальність людини, по костюму можна визначити культуру і приналежність людей до певної етнічної групи.

Протягом історії костюм змінювався разом з людським суспільством; особливості зміни костюма можна розглядати поза розвитку людського суспільства і людських відносин. Історія костюма пов'язана з конкретними стилями різних епох, вимогами часу, і це простежується і в костюмах Стародавніх Греції і Риму, і в костюмах епохи Відродження, костюмах ХVІІІ і ХХ ст. та ін.

Однією з актуальних проблем в моді завжди є проблема кольору, який Барт вважає елементом візуального семіотичного коду. Колір - це одиниця культури, яка може бути диференційована за віковими, гендерними і соціальними пристрастями, колір має традиційну символіку і пов'язаний з життєвим ритмом, стилем життя, зміною дня і ночі, релігійними ритуалами, історико-політичними реаліями, символікою влади, значенням кольору в певних історичних епохах (блакитний колір романтиків) У. Еко, аналізуючи середньовічну естетику, характеризують колір як концепцію краси і пропорції.

Вивчення кольору сьогодні концентрується на маркетинговій комунікації, на психологічних аспектах впливу кольору, на функціональній специфіці різноманітних кольорів [Голубкова, Мартинцева 2005], адже колір в моді грає мало не переважаючу роль, він звучить не тільки зовні, але і внутрішньо, «одягаючи модель» не тільки фізично відповідно до форми костюму, але і духовно, дозволяючи глядачеві домислювати його призначення.

Символіка кольору, існування теплих і холодних, яскравих і приглушених, виразних і спокійних кольорів грали в усі часи істотну роль в житті людей, колір регулювали соціальні та класові сторони життя, вірування і релігійні символи і навіть забобони людини. Багато символічних значень кольору дійшли до нашого часу і зберігають свою символіку і в моді.

Іттен виділяє наступні естетичні проблеми кольоропозначень, відносячи їх до живопису: чуттєво-оптичну, психічно-експресивну та інтелектуально-символьну. Якщо перша з цих особливостей пов'язана з чуттєвим сприйняттям, то дві інші – з рецепцією кольору, тобто функції значень кольору залежать від його сприйняття. При цьому і художника, і творця об'єднує прагнення до досягнення найвищого колірної впливу на глядача.

Цю думку Й. Іттен висловлює таким чином «колір знаходиться в розпорядженні всякого, але тільки віддано люблячому його він відкриває свою глибоку таємницю» [1970: 14]. «Лексикон моди щорічно переглядається, але знаки тут не перетворюються внутрішньо, як це відбувається в діяхронії мови; їх зміна довільна, проте експліцитність означуваного повідомляє йому вагомість речей, пов'язаних між собою якоюсь загальновідомою спорідненістю; знак тут не рухається, а лише вмирає і відроджується, він ефемерний і вічний, вибагливий і раціональний...» [Барт 2003: 315]. Не можна сказати, що мода раніше не маніпулювала з кольором, «не грала» з ним. Вже у XIII ст. мода намагалася давати кольоропозначенням найнеймовірніші метафоричні назви.

3.2 Еволюція моди та кольору в костюмі у XX – XXI століттях

Мода - це сполучна ланка між минулим, сьогоденням і майбутнім.

У XX столітті відбулося багато подій, було зроблено дуже багато відкриттів, які згодом перевернули світ. Торкнулося це і моди. Завдяки подіям того часу ми в наші дні бачимо жінок в брюках і купальниках, що колись було зовсім неприпустимо, але, цікаво, що ці модні «перевороты» відбулися саме у XX столітті.

Кожна епоха породжує ті чи інші форми одягу, які виконують практичне призначення, одночасно володіючи образно-смісловим змістом. Головне завдання костюму - створити атмосферу фізичного і душевного комфорту для людини, яка її носить. Одночасно одяг несе соціальний посил від людини до навколишнього світу. Людина бажає заявити про себе і

висловлює свої думки, ідеологію і протест через найбільш доступні їй засоби втілення - одяг, зачіску, імідж в цілому.

Мода – це циклічні зміни в культурі та популярних моделях поведінки. Вона існує в усіх сферах людської діяльності та культури, особливо в зовнішності людини (одяг, волосся, косметика тощо) та середовищі її проживання (інтер'єри, різні предмети побуту), а також у мистецтві, архітектурі, художній літературі, науці, мовленнєвій поведінці тощо. Будучи складним і багатогранним явищем, мода довгий час була предметом різноманітних наукових досліджень людства і культури: історії та теорії культури, соціології, психології, економіки, естетики, семіотики тощо. У своїй «Теорії моралі почуттів» (1759) А. Сміт вказував, що мода впливає не тільки на одяг і меблі, а й на мораль, музику, архітектуру тощо, підкреслюючи особливе значення еліти як об'єкта, через зростання ролі буржуазії в сучасному суспільстві (раніше, за часів панування класу феодалів, таке наслідування було неможливим).

Костюм 10-х років XX століття.

У 1910 році синій став популярним і отримав назву «Blue Perrish». Цей колір дуже популярний і використовується на той час в порцеляні, тканинах, вітражах тощо. «Blue Perrish» вбирає різні відтінки: «Порт», «Рай» і «Турецький морський». (Додаток 2. Рис. 1)

Корсети роками стримували жінок, роблячи їх фігури красивішими і витонченими, а життя – складнішими. Неможливість вдихнути і видихнути, постійні захворювання через занадто тугі «оболонки» — все це робило корсет, хоча і важливим предметом епохи, але дуже неприємним.

Так, у 1906 році жінки в усьому світі буквально видихнули — кутюр'є на ім'я Поль Пуар'є вперше запропонував носити сукні простого крою без корсета. Незабаром такий одяг став популярним. Тому цей період

запам'ятався, як період «звільнення» жінок від корсетів, що був одним з найбільш незручних предметів гардеробу і навіть призводив до втрати свідомості.

У десятих роках був в моді російський шик - «Російські сезони», привезені в Париж знаменитим Сергієм Дягілєвим, мали величезний успіх. Балет, опера, мистецтво, виставки – все це супроводжується великою кількістю прийомів, де дами могли навчитися мистецтву високої моди у парижанок. (Додаток 2. Рис. 2, 3)

Тоді-то і почали входити в моду всі знайомі нам нині атрибути «вишуканого життя» – жінки оголили плечі, стали носити вельми будуарного вигляду образи, велику кількість пір'яних віял, дорогоцінних прикрас і загалом блискучих аксесуарів.

Костюм 20-х років.

Кольори рекламних плакатів того часу часто відображали бронзові тони засмаги та теплі нейтральні відтінки піску та сонця. Срібляста зелень надає елегантності океану та річці, а оливки та коричневі надають ландшафту. У цей час в моду ввійшов спорт. Стали «модними» чоловічі типи атлетичних фігур, а жіночі форми почали поступово втрачати актуальність і популярність. (Додаток 2. Рис. 1)

Ідеал жінки - худорлява леді з вузькими стегнами без бюсту та інших округлостей. Відому Габріель Шанель можна назвати реформатором і революціонером моди цього періоду. З нею в ті часи створювали одяг в таких будинках моди як «Ніна Річчі», «Шанель», «Мадлен Віонн», «Жак Дюні», «Жак Дюче», «Жак», «Люсіль», будинок хутряної моди «Жак Хейм» та інші. (Додаток 2. Рис. 2)

Єгипетські мотиви стали популярними в 1920-х роках. Моделі дизайнерів були декоровані великою кількістю орнаментів та

зигзагоподібною вишивкою. Стиль називався «Ардеко». Від назви паризької виставки сучасного декоративного та промислового мистецтва 1925 року.

«Артдеко» - це новий стиль, в якому африканська абстрактна екзотика змішувалася з геометричними формами кубізму, нетрадиційні недорогі і прості тканини комбінували з дорогими традиційними матеріалами добротної якості.

Таке поєднання недоречне і змішане в одне ціле.

Це стиль оздоблення та орнаментів. Декоративні елементи з'являються на меблях, кухонному начинні та жіночому одязі.

Увійшло в моду взуття, яке було вишите або з аплікаціями, прикрашене за смаком модних кутюр'є того часу. (Додаток 2. Рис. 3)

У результаті мода 20-х років характеризувалася:

- основними елементами одягу, як правило, були сукні, прямі костюми;
- модні складки, плісировка;
- модні пальто, звуженого до низу прямого крою і з хутряним коміром;
- модні піжами та одяг для сну, в яких ходили на пляж;
- з'явилися перші жіночі купальники- революція в пляжній моді;
- одяг шили з більш доступних тканин, трикотаж став відкриттям;
- у моді спортивний стиль, не тільки штани, а й шорти;
- поява класичного маленького чорного плаття Шанель.

Костюм 30-х років.

Символом тих років став вишуканий димчастий колір. «Скопчена Перлина» і «Перламутровий слонової кістки» почали асоціюватися з переливом перламутру і атласу. (Додаток 3. Рис. 1)

У цей час крій костюмів стає все складнішим, якість готового одягу, що випускається масово, помітно підвищилася, Голлівуд є законодавцем моди в США, з'являються компанії, які торгують за допомогою розсилки каталогів. Вони поширювали нові модні моделі мільйонними тиражами. (Додаток 3. Рис. 2)

Під час кризи 1930-х років у моду увійшли довгі спідниці. У 1929 році Жан Пату вперше створив сукні максі. Після цього нововведення всі модні будинки подовжили свої моделі. Спочатку довжина суконь і спідниць доходила до середини ікри, а через деякий час подовжилась майже до щиколотки. Жінки, які стежать за модними тенденціями, самостійно розширюють одяг, пришивають рюші. (Додаток 3. Рис. 3)

Жіночі прогулянкові костюми набули великої популярності в 30-х роках і мали різноманітні стилі. Пальта та жакети особливо елегантні й різноманітні. Кожен одяг, включаючи костюми, має різноманітні прикраси.

Пошиття одягу стало складнішим, і він став звертатися до геометричних форм, що дозволило зробити більш чіткі силуети. Декоративні деталі та орнаменти широко використовуються в костюмах. Капелюхи, сумочки, рукавички та взуття повинні бути в одній колірній гамі. Підбір аксесуарів дуже суворий. Зазвичай вони чорні або коричнево-білі влітку. Підібрані таким чином аксесуари легко підійдуть до будь-якої сукні або костюма, пов'язаного з кризою. Аксесуари зіграли величезну роль у моді 1930-х років. Зрештою, більшість жінок у ті часи не могли дозволити собі нічого, крім капелюха чи сумочки.

Костюм 40-х

У моді на початку 40-х стали переважати багатошарові сукні максі з величезними бантами, а іноді і з вертикальними смужками, рукавами-ліхтариками. Варто відзначити, що в той час дуже популярним був одяг у смужку.

Почалася війна і світ запровадив воєнний стан, тому мода 40-х істотно змінилася. Жінки ніколи не замислюються про те, щоб накласти макіяж і поповнити свій гардероб. За цей період одяг значно спростився і все стало мінімалістичним. Натуральні тканини більше не використовуються у невійськових цілях. Жіночий одяг стали виготовляти з ацетату і віскози.

Квіткові орнаменти знову в моді. Головною прикрасою тканини і зшитих з неї суконь та костюмів стають дрібні квіточки. Їх багата палітра складається з «ялиці», «повітряного синього» та «імпресіоністичного фіолетового». Популярний і сьогодні стиль «мілітарі» з'явився під час війни. Тоді ж з'явився новий стиль взуття: високі підбори. (Додаток 3. Рис. 1, 2, 3)

Костюм 50-х років.

Нові досягнення в кольоровому кіно допомогли показати небачені раніше, більш м'які відтінки на великому екрані. Особливу популярність кіно принесло «блискучому аквамариновому» і блідо-рожевому. (Додаток 4. Рис. 1)

Це повоєнний час, у який загострилися соціальні відмінності. Перш за все жінка виконувала роль дружини й важливим стало доглядати за собою. Тому відвідування салону стало частиною рутини. Адже у цей час ідеальною була бездоганна жінка, яка спокійно може виконувати хатні справи, прибирати чи готувати, із зачіскою та макіяжем. (Додаток 4. Рис. 2)

Навіть незважаючи на те, що у Радянському Союзі, де спосіб життя відрізнявся від західного, було прийнято періодично, раз на тиждень, відвідувати перукарню. (Додаток 4. Рис. 3)

У стилі 50-х років на перший план виходить силует у вигляді пісочного годинника, тобто ідеал фігури включає пишні груди, тонку талію та круглі стегна. (Додаток 4. Рис. 4) Красунями того часу були: Елізабет Тейлор, Любов Орлова, Софі Лорен, Клара Лучко, Мерилін Монро. (Додаток 4. Рис. 5) Відповідно до цього, жінки шукали можливість підігнати себе під ці стандарти. На допомогу прийшов корсет.

Тож, якщо вивести образ модної жінки 50-х років, то це пишна спідниця, під яку часто одягали багатошаровий під'юбник, що надає форму стегнам, високі підбори і обов'язковим аксесуаром були нейлонові панчохи зі швом.

Костюм 60-х

У ці роки була створена система фарб «Пантон». Простота і доступність принесли їй популярність. Кольори першої системи «Пантон» відображали любов 1960-х до яскравих кольорів: «рубінового червоного», «Червоного Родаміну», «Пурпурного» і «Дзеркально Синього». (Додаток 5. Рис. 1)

Чи не найяскравіший період - це 60-ті роки. Формується новий, так сказати, молодіжний стиль. Після виходу фільму «Бабетта йде на війну» з Бріжит Бардо в головній ролі, у моду ввійшла недбала зачіска з начосом. (Додаток 5. Рис. 2) Об'ємна біжутерія, окуляри «макро», які закривали пів обличчя - саме ці аксесуари отримали найбільше розповсюдження.

Як ми зазначали вище це молодіжний стиль, тому не дивно, що саме у 60-ті роки з'явилася міні-спідниця. І вже у 1962 році Мері Квант показала

першу колекцію речей з довжиною міні. До речі, такий стиль, було названо "стиль Лондон", адже виник саме у цьому місті. (Додаток 5. Рис. 4)

60-ті роки - це також епоха синтетичних тканин, тому що їх вважали доволі практичними. І знову ж, звертаючись до того, що мода 60-х переважно репрезентувала молодь, вибір синтетики є доволі логічним: тканини не мнуться, за ними легко доглядати і вони дешеві. (Додаток 5. Рис. 5) У продовження теми штучності можна зазначити, що дівчата того часу були прихильницями накладних вій, перук. Серед взуття популярності набувають високі чоботи на низьких підборах, заокруглений мис. Вже з кінця 1960-х років стає відчутним вплив руху хіпі. Так як представники даного руху виступали проти дискримінації. Своїм виглядом вони намагаються підкреслити протиставлення нормам офіційної культури. Входять у моду рвані джинси, прикраси із бісеру, тканинні сумки-мішки. Підкреслюється свобода.

Костюм 70-х

У 1970-х роках мода стала ще більш демократичною. Неможливо визначити єдиний стиль, адже його й не існувало. У той період модним було все, тому і девізом 70-х була фраза «Можна все!». (Додаток 6. Рис. 1, 2)

Якщо стилю єдиного не було, то точно можна визначити наймодніший елемент гардеробу - ним стали джинси. Студентські рухи, типу хіпі, започаткували інтерес до природних відтінків і природних матеріалів: пір'я, шкіра та натуральні тони. (Додаток 6. Рис. 3)

З іншого боку в жіночому гардеробі виділяються спідниці-трапеції, кльош, комбінезони, а також блузки з великим яскравим принтом, светри-водолазки та різні види суконь. (Додаток 6. Рис. 4) А серед взуття першість відійшла взуттю на платформах.

Саме у цей з'явилося поняття базового гардероба, яке є таким популярним сьогодні. Він передбачає необхідну кількість речей, які легко та гармонійно поєднуються між собою.

Костюм 80-х

У костюмі 80-х переплелася все: хіп-хоп, готика, пост-панк, рейв, техно, ролики, степ-аеробіка та інші напрямки, молодіжні субкультури того часу. (Додаток 6. Рис. 5, 6, 7)

Серед репрезентативних речей цього десятиліття були підкладні плечі, штани-банани, стиль «мілітарі» та «сафарі», а також силует «кімоно», рукава «кажан», потерта джинсова тканина, так звана, «варенка», шкіряні куртки та одяг із люрексом. Серед аксесуарів популярними були чорні ажурні колготки та масивна біжутерія. До речі, блискітки були не тільки в одязі чи аксесуарах, а й у макіяжі.

Загалом стиль 1980-х років можна назвати надмірним та нестандартним через те, що більшість елементів образів від крайності до крайності, або занадто вузьке, або дуже об'ємне і водночас багато оригінальних, незвичних рішень. Щодо кольору варто зазначити, що саме у даний період було розроблено теорію чотирьох кольоротипів, за яким жінки обирали палітру для підкреслення своєї зовнішності.

Костюм 90-х

У 90-х роках відбувається зміна самого принципу створення костюму. Головний заклик дев'яностих «Бути таким, який ти є!» Найбільше значення приділяли джинсовому одягу. Усі модники та модниці не могли обійти елементи джинсового одягу, тому вони поєднували все разом: джинси із джинсовою сорочкою і такою ж сумкою. Тому стиль 90-х можна назвати «джинсовим». (Додаток 7. Рис. 1, 2)

Ще однією характерною рисою даного часу стає поняття «унісекс». Звісно основою образу стають джинси, які доповнюють зручним взуттям і верхом вільного фасону. (Додаток 7. Рис. 3) У продовження цієї теми згадаємо про взуття - це час кросівок і періоду «без підборів». Головний принцип - простота і функціональність що, ми можемо спостерігати зараз, у 2022 році, однак звісно все трохи видозмінено. Коли певною мірою зникає розділення на бренди та мас-маркет, адже зовнішню такі базові речі доволі схожі між собою. Повертаючись до моди 90-х років, варто зазначити, що зазначені вище тенденції були єдиними, так наприклад представники богеми віддавали перевагу концептуальному дизайнерському одягу. (Додаток 7. Рис. 4)

В цілому, кінець ХХ століття запам'ятався, з позицій естетичного сприйняття кольору в костюмі, як надзвичайно широкою палітрою, яку в жодному разі не можна сприймати як вседозволеність, так і певною регламентацією, яка в основному поширюється не на колірні поєднання, а на застосування їх у межах певного стилю.

3.3 Еволюція кольору у костюмі ХХІ ст.

У 2000 році кольором року був «Лазурний» (Cerulean). Блакитний колір - колір чистого неба і прибережних вод, колір мрії і душевної рівноваги. Лазурний не можна плутати ні з аквамариним, ні з бірюзовим кольором. Відтінки блакитного – «Єгипетська блакить», «Лазуровий», «Адріатичний Лазурний» і деякі відтінки морської хвилі.

Лазурний відмінно поєднується з усіма кольорами свого спектру - він гармонує і з червоним, і з коричневим, і з глибоким синім. Він оживляє зелені фарби і змушує по-новому грати жовто-зелені відтінки. (Додаток 8. Рис. 1, 2, 3)

Колір 2001 року - «Фуксія» (Fuchsia Rose). Це дуже сексуальний, чуттєвий колір, який здатний підкреслити елегантність і загадковість будь-якої представниці прекрасної статі.

Фуксія дуже вигідно відтіняє світлу шкіру і підкреслює красу смаглявої шкіри. Поєднувати фуксію можна зі світло-зеленим, срібним, чорним, білим, молочним, кремовим і коричневим відтінками. Фуксія - дуже святковий і помпезний колір, він підійде як для урочистих випадків, так і для повсякденного носіння. Головне вміло підійти до поєднання з іншими кольорами. (Додаток 8. Рис. 4, 5, 6)

2002 рік пройшов під заступництвом «червоного» (True Red). Це, мабуть, самий пристрасний і гарячий колір. Червоний колір йде всім жінкам, роблячи їх більш чуттєвими і привабливими. Іноді досить одного лише аксесуара червоного кольору, щоб ансамбль придбав якийсь завершальний штрих. Однак, червоний колір вимагає дбайливого до себе ставлення. Не варто одягатися в нього з ніг до голови, якщо ви не плануєте виглядати надто хижо і навіть загрозово. (Додаток 8. Рис. 7, 8, 9)

У 2003 році володарював «Аква Скай» (Aqua Sky). Це колір уособлює спокій, умиротворення і душевний спокій. Він підходить як блондинкам, так і брюнеткам. «Аква Скай» можна поєднувати з сусідніми по палітрі кольорами, а також з чорним, білим, лимонним, жовтим, фуксією, сірим і т.д.. (Додаток 8. Рис. 10, 11, 12)

«Тигрова лілія» (Tigerlily) стала символом 2004 року. Як і квітка лілії, колір має масу відтінків і інтерпретацій у костюмі. Трохи більше рожевого

або помаранчевого – і перед вами вже зовсім інший колір, не менш красивий і яскравий. (Додаток 8. Рис. 13, 14, 15)

Господиня 2005 року — «Блакитна Бірюза» (Blue Turquoise). Колір, від якого буквально віє прохолодою і свіжістю. Він ніколи не вийде з моди, тому що відноситься до списку універсальних кольорів, що підходять до будь-якого кольору волосся і шкіри. (Додаток 8. Рис. 16, 17, 18)

2006 рік - рік «Пісочного» (Sand Dollar) кольору. Теплий і спокійний колір, який може служити фоном для інших, більш яскравих кольорів. Пісочний з домішкою золотого кольору виглядає воістину заворожуюче і святково. (Додаток 8. Рис. 19, 20, 21)

У 2007 році панував — «Перець Чилі» (Chili Pepper). По-справжньому пекучий і пристрасний колір з палітри червоних відтінків. Дівчина, що зважилася на одяг в такому кольорі, може стати справжньою перчинкою. (Додаток 8. Рис. 22, 23, 24)

2008 рік - час «Блакитного Ірису» (Blue Iris). Воістину містичний і загадковий колір. Сукня в кольорі блакитного ірису здатна зробити жінку феєю, такою ж чарівною і чутливою. Цей колір відмінно поєднується з зеленим, жовтим, м'ятним і т. д. (Додаток 8. Рис. 25, 26, 27)

«Мімоза» (Mimosa) – королева 2009 року. Цей яскравий колір здатний зробити жінку схожою на злиток золота – настільки він розкішний і сонячний. Немов квітка мімози, жінка, одягнена в цей відтінок, притягує погляди оточуючих своєю чарівністю. (Додаток 8. Рис. 28, 29, 30)

2010 – «рік бірюзового» (Turquoise) кольору. Він, знову ж таки, унікальний і універсальний, тому як освіжає і омолоджує. Бірюза в одязі, макіяжі та прикрасах – це порив легкого вітерця на морському узбережжі. (Додаток 9. Рис. 1, 2, 3)

2011 рік - колір «Жимолість» (Honeysuckle). Вельми цікавий колір, насичений і надихаючий. Без сумніву, він не залишить байдужим нікого. Прекрасна альтернатива для тих, хто побоюється приміряти на себе чуттєвий червоний колір. (Додаток 9. Рис. 4, 5, 6)

У 2012 році панував «мандариновий» (Tangerine Tango) колір. Дуже життєрадісний і яскравий, він задає настрій скрізь, де б він не був. Дивлячись на нього, відчувається аромат всіма улюблених цитрусів. (Додаток 9. Рис. 7, 8, 9)

2013 рік - «Смарагдовий» (Emerald) рік. Цей дорогоцінний колір поширився буквально на все навколо, особливо на одяг, прикраси та аксесуари. (Додаток 9. Рис. 10, 11, 12)

Дослідницький центр компанії Pantone назвав колір 2014 року. Це гарний відтінок з не менш красивою назвою «сяюча орхідея» (Radiant Orchid). (Додаток 9. Рис. 13)

Сяюча орхідея - це мікс рожевого, фіолетового і фуксії.

Модні кольори весна - літо 2015 року. (Додаток 9. Рис. 14, 15)

Одним з перспективних тонів палітри модних кольорів осінь – зима 2015 року став темно-синій відтінок під назвою «дзеркальний ставок». Глибокий, на межі між темно-фіолетовим і синім, він може зливатися з чорним, надаючи йому нічний колорит.

У цьому сезоні тенденція звернена в бік холодних і м'яких відтінків. Електричні, ефірні суміші із заниженою яскравістю, блідо-пастельні, природні і нейтральні стали центром уваги, немов прості цінності знову вступили в силу.

Модні кольори осінь — зима 2015 — 2016 років.

У палітрі модних кольорів на осінь-зиму 2015 року зустрілися кольори з протилежних кінців спектру, уклавши в собі гармонію і виразність. Ця унікальна палітра вперше не зазнала змін для чоловіка.

Модний колір 2016 року: рожевий і блакитний. (Додаток 9. Рис. 16, 17, 18)

Pantone представив новий погляд на лідируючий колір року 2016: вперше колірним символом стане не один, а комбінація з двох відтінків: рожевого кварцу і блакитного Сереніті.

Модні кольори весна - літо 2016 року - 10 кольорів (Додаток 9. Рис. 19, 20, 21)

Модні кольори весна - літо 2016 - помірно яскрава палітра, орієнтована на розслаблення і подорожі, при тому не тільки в спекотні країни, а найближчі розвідувальні екскурсії в пам'ятні місця або абсолютно нові, але гостинні.

Модний колір 2017 року

Свіжа зелень - пікантний жовто-зелений, який можна побачити на початку весни - пожвавлення природи, відновлення, оновлення.

Модні кольори весна - літо 2017 року і поєднання з ними

Модні кольори літа 2017 року - палітра, що наповнює життєвими силами, сприяє релаксації і дає свіже повітря нових віянь. Це 10 яскравих і живих кольорів, які передають відчуття єднання з природою.

Модні кольори осінь - зима 2017-2018 років і їх поєднання

Звіт про найвигідніші тони від Pantone містить 10 відтінків для жіночої та чоловічої моди в межах сезону, але цього разу не одна палітра, а

цілих дві! До традиційного рапорту приєднуються кращі напрямки кольору, вибрані на Лондонському тижні моди.

Модний колір 2018 року - ультрафіолетовий (Додаток 9. Рис. 22, 23, 24)

Різко провокаційний і продуманий фіолетовий відтінок, Ультрафіолетовий (Ultra Violet) символізує оригінальність, винахідливість і далекоглядне мислення.

Модні кольори весна - літо 2018 року

Модні кольори весна - літо 2018 року підпорядковані бажанню розірвати звичні рамки сезонних відтінків, переступити традиційність і розширити горизонти незвичайними, багатогранними поєднаннями.

Модні кольори осінь - зима 2018-2019 року.

Щороку команда Інституту кольору Pantone створює звіт про модні кольори осінь - зима. Фаворитні відтінки представили дизайнери на топ-моделях і продемонстрували на Тижні моди в Нью-Йорку в своїх колекціях сезону, що наступив.

Модний колір 2019 року - живий Корал. (Додаток 9. Рис. 25, 26, 27)

Модний колір 2019 року — животворящий і життєстверджуючий кораловий відтінок з золотим відливом «живий Корал» (Living Coral), заряджає енергією і освічує м'яким світлом.

Модні кольори весна - літо 2019 року, їх поєднання.

Модні кольори весна - літо 2019 року відображають прагнення дивитися в майбутнє з насиченими фарбами, які заряджають впевненістю і одухотвореністю.

Модні кольори осінь - зима 2019-2020 років і їх поєднання.

Модні кольори літа 2020 року для індустрії моди від Pantone Color Institute, який спеціалізується на прогнозування трендів і колірних тенденцій в світі.

Модний колір 2020 року - класичний синій. (Додаток 9. Рис. 28, 29, 30)

«Класичний синій» - це вічний і міцний тон, елегантний у своїй простоті. Модні кольори літа 2020 року для індустрії моди від Pantone Color Institute, який спеціалізується на Прогнозування трендів і колірних тенденцій в світі.

Модні кольори осінь - зима 2020-2021 року.

Універсальні кольори, непадвладні часу, передають функціональність і в той же час створюють унікальні колірні рішення, які зроблять цей сезон особливим.

Модні кольори осінь - зима 2021-2022 років, їх поєднання. (Додаток 9. Рис.31, 32)

Модні кольори осінь - зима 2021-2022 років (Нью-Йорк), на думку експертів Інституту кольору Pantone, підкреслюють наше прагнення до універсальної колірної гами, яка охоплює і пристосовує різні можливості нашого роздвоєного способу життя.

Модний колір року 2022 року Very Peri - фіолетово-синій.

Модний колір 2022 року від Pantone — Very Peri має бузково-синій відтінок. Містичний бузково-синій призначений для розширення кордонів і відкриття нових горизонтів і перспектив.

Щосезону ми спостерігаємо зміну колірних вподобань у світі моди. Як тільки закінчується «прем'єра» новинок одного сезону, дизайнери та будинки моди вже готують «свіжу» концепцію кольору та стилю на наступний сезон, обирають нові поєднання та, звісно, головного претендента на звання «колір року». Однак у даному контексті ми говоримо не тільки про кольори, а й про відтінки. Вище ми зазначили, як змінювався колір року в ХХІ столітті й кожен з них мав свою унікальну назву. Це якраз і спонукається тим, що мова йде про відтінки, кожен з яких має не тільки власну назву, а й навіть номер. Якщо ж повернутись до загальної тенденції змін, пошуку нових форм або адаптації старих, то варто наголосити, що це спричинено відчуттями та світосприйняттям тієї чи іншої людини. Загалом, зміна модних тенденцій у сфері кольору тісно взаємопов'язана із циклами розвитку костюму.

В моді семантика кольору у різні часи відігравала різні ролі. Однак не кожне почуття кольору отримало своє вербальне колірне позначення. Безумовно є серед кольорів, так би мовити, класики - наприклад чорний, але й до них відношення різне. Скажімо, відома дизайнерка Соня Рикель вважає: «Тільки смілива і сильна жінка може дозволити собі носити чорний».

Науковці зробили чимало спроб систематизувати знання про колір в костюмі, а також виявити закономірності розвитку модної кольорової гами. Так, доведено, що зміна модних тенденцій в галузі кольору в цілому відповідає циклам розвитку модної форми костюма: нова форма (нові силуети, об'єми, пропорції), як правило, з'являються в чорному кольорі. Форма, яка покидає модний простір, розробляється у складній гамі, здебільшого у відтіночних рішеннях кольору. В цілому модна кольорова гама, чи то тепла, чи то холодна, залишається актуальною стільки ж часу, скільки і провідна базова форма костюма. Щоправда періодизацію визначають по-різному, в межах 3-6 років.

Висновки до 3 розділу

Отже, існує кілька важливих факторів, які впливають на дизайн костюму і одягу в цілому, – зміна силуетної форми, вибір кольору, фактури тканини та ін.

Якщо проаналізувати усе вище зазначене, то виникає думка про те, що протягом історії розвитку людства колірні гармонії повинні були б скластися, викристалізуватися і існувати незмінно. Однак, сама історія заперечує таке припущення, оскільки колір в одязі постійно змінювався, домінували то одні, то зовсім інші кольори, а зараз колірні вподобання змінюються практично з сезону в сезон.

М.В. Серов пояснює, що колір одягу може бути контрастним до кольору душі, знищувати останній, або, навпаки, підкреслювати його виразність. Обидва варіанти періодично чергуються: «Спочатку людина поєднує кольори душі та костюму у своїй уподобаній єдності. Коли ж настає колірна втома від такої одноманітності, то колір змінюється на контрастний, щоб через нейтральний сірий перейти до нового витка свого життя, до нового кольору душі, а потім і костюму» [4, с. 397]. Кольорові переваги також пов'язані із безліччю суб'єктивних факторів, які визначаються чуттєво-емоційною стороною сприйняття, потребами, мотиваційними та іншими функціями інтелекту.

Говорячи про костюм, колір можна віднести до одного із найважливіших його компонентів через те, що зміна кольорових поєднань відбувається набагато частіше, ніж зміна тих самих форм.

Висновки

Проаналізувавши різний матеріал у даній роботі, ми дійшли висновку, що мода виступає чутливим культурним компонентом, який реагує майже на усі сфери життя людини та оточення. Недарма існує розподіл на моду різних епох, років, країн - все це зумовлено природним середовищем, соціальне становище та культурним контекстом. Тобто мода не створює нові сенси, вона реагує на існуючі.

Концепція сучасної моди - це та сама циклічність, про яку йшлося вище у роботі, тобто здебільшого звернення до минулого, що знову ж таки варто розглядати в контексті загальних світових тенденцій. Так як наразі все змінюється дуже швидко: з кожним роком все більше інновацій, інформаційний простір оновлюється впродовж декількох місяців. На це реагує і мода. Якщо у попередні століття тенденції змінювалися протягом тривалого часу, лише 20 століття ми можемо поділити на десятиліття, то зараз мода змінюється надзвичайно швидко - буквально впродовж одного сезону. Нестійкість і вибагливий характер стає найважливішою характеристикою моди, що тісно пов'язаний з її економічною основою, оскільки попит на новинки забезпечує завантаження промисловості, постійно розчищаючи ринок для збуту. Моду також можна трактувати як

мистецтво створення образу красивої, досконалої людини, коли костюм є засобом для перетворення індивіда відповідно до естетичних ідеалів [8, с. 54].

Гармонія кольору в костюмі багато в чому визначається індивідуальними кольористичними особливостями людини (колір очей, волосся, шкіри). Важливими факторами, що впливають на гармонізацію костюма, є облік ознаки сезонності одягу, вікової та статевої відмінності, функціонального призначення (ошатний або повсякденний одяг).

Завдяки кольору можна «скоригувати» форму костюма або пропорції фігури людини: візуально збільшити або зменшити об'єм, довжину. Колір значною мірою визначає особливість сприйняття фактури тканини: здатний приховати чи посилити ефекти поверхні матеріалу.

Характер освітлення (штучне чи природне) також впливають на сприйняття відтінку кольору. Колір при різному освітленні стає або більш насиченим, або сильно світліше розчиняється в середовищі.

Розвиток костюму відображає зміни, що відбуваються у всіх сферах суспільства. Однак не всяке нововведення стає модним та актуальним у цей час. Досить часто в сучасному костюмі можна зустріти відлуння минулих епох. Нове століття диктує свої правила життя, поведінки, спілкування, мислення. Життя змінюється із калейдоскопічною швидкістю.

Сучасній людині дуже важливо мати такий імідж, який буде виділяти її на загальному тлі, серед усієї маси, та ще й сприятиме її особистому та професійному успіху. Сьогодні на першому місці неповторність кожної людини.

В цілому, слід зазначити, що кожен період розвитку історії моди унікальний по-своєму, кожен привніс щось нове в костюм, щось неповторне, чого раніше не було. Але саме на початку ХХ століття костюм

сформувався у такому вигляді, у якому проіснував практично все попереднє сторіччя. У ньому знайшли відображення головні події економіки, політики та культури, тому не можна говорити, що мода – це одяг.

У найвищому своєму прояві мода – це естетичне, філософське та релігійне відображення епохи, це, можна сказати, здійснена мрія людства про ідеальну людину. Історія костюма та моди існуватиме, доки існує людство. І головне – знайти, переосмислити та застосувати хоча б деякі частинки з цього величезного багатства, накопиченого людством.

На закінчення буде актуальним ще одне визначення: мода – це мистецтво оформлення зовнішнього вигляду людини, який наділений сенсами та ідеями культури.

Список використаної літератури:

1. Алябьева Л. Письмо редактора / Теория моды: одежда, тело, культура // Л. Алябьева. – М.: НовоеЛитературное Обозрение. – №3 (13), 2009.- С.8-9.

2. Арихейм Р. Искусство и визуальное восприятие. -М., 1989.
Арихейм Р. Новые очерки по психологии искусства. / под ред. В.П. Шестакова. -М., 1994.
3. Браэм Г. Психология цвета / Гаральд Браэм; перевод с немецкого М.В. Крапивкиной. – М. : АСТ: Астрель, 2009. – 158 с.
4. Бусева-Давыдова И.А. Храмы Московского Кремля святыни и древности. -М., 1997.
5. Вайдра Н. Фэн-Шуй. -М., 2000. Драгунский В. Цветовой личностный тест. -Минск, 1999.
6. Гмызина Э. В. Цвет в культуре Древней Руси: слово и образ: диссертация канд. культурологии / Э.В. Гмызина. Киров: 2000. 164 с.
7. Демиденко Ю. Дизайнерский черный / Теория моды: одежда, тело, культура // Ю. Демиденко. – М.: Новое Литературное Обозрение. – №3 (13), 2009.- С.65-84 : ил. 11.
8. Денисов В.С. Восприятие цвета / В.С. Денисов, М.В. Глазова. – Часть 1. – М. : Эксмо, 2008. – 175 с.
9. Дмитриева Н.В. Основные архетипы в классических юнгианских и современных представлениях / Н.В. Дмитриева // Медицинская психология в России. 2018. № 1 (Т.1). С. 1-19.
10. Жученкова С.Н. Системный подход к цветовому проектированию костюма: Конспект лекций: Учебное пособие / С.Н. Жученкова. – М. : МГТА, 1999. – 23 с. 11.
11. Зелинг Ш. Мода. Век модельеров: 1900-1999 / Ш. Зелинг. – Копетманн, 2000. – 655 с.: ил. 4.
12. Злыднева Н.В. Белый цвет в русской культуре XX века / Н.В. Злыднева // Признаковое пространство культуры. М.: Индрик, 2002. 432 с.
13. Ивенс Р.М. Введение в теорию цвета. -М., 1964.
14. Керлот Х.Э. Словарь символов. -М., 1994.

15. Красота и мозг. Биологические аспекты эстетики. /под ред. И. Ренглера, Б. Херцбергера, Д. Энстайна. -М., 1995.
16. Ипполитова А.Б. Символика цвета в русских простонародных травниках XVIII века / А.Б. Ипполитова // Признаковое пространство культуры. М.: Индрик, 2002. 432 с.
17. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен; перевод с немецкого и предисловие Л. Монаховой. – М. : Д. Аронов, 2001. – 96 с.
18. Керлот Х. Э. Словарь символов. Мифология. Магия. Психоанализ. — М.: REFL-book, 1994. — 608 с.
19. Килошенко М. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты./ М. Килошенко. – СПб.:Речь, 2001. – 192 с.
20. Килошенко М.И. Психология моды / М.И.Килошенко. -СПб.: Речь, 2001. - 172 с.
21. Козлова Т.В. Стиль в костюме XX века / Т.В.Козлова, Е.В.Ильичева. - М.: МГТУ им. А.Н.Косыгина, Группа «Совьяж Бево», 2003. - 160 с.
22. Козлова Т.В. Цвет в костюме: из цикла лекций / Т.В. Козлова. – М. : Легпром- бытиздат, 1989. – 39 с.
23. Лелеков Л.А. Искусство Древней Руси и Восток. -М., 1978. Люшер М. Цвет Вашего характера. -М., 1996.
24. Линдсей П., Норман Д. Переработка информации у человека. - М., 1974.
25. Люшер М. Цветовой тест Люшера. — М.: Эксмо-пресс, 2002. — с. 192.
26. Миронова Л.Н. Цвет в изобразительном искусстве / Л.Н. Миронова. Минск: Беларусь, 2005. 151 с.
27. Миронова Л.Н. Цвет в изобразительном искусстве: Пособие для учителей / Л.Н. Миронова. – 2-е изд. – Минск : Бела- русь, 2003. – 151с.
28. Мода и стиль: современная энциклопедия / Ред. В.А. Володина. – М.: Аванта, 2002. – 480 с.: ил. 5.

29. Модная палитра лета 2015 года [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.muz4inam.gorodmod.ru/archives/10542> 13.
30. Модная палитра лето 2016 [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://dianadaron.ru/modnaya-palitra-letno-2016/> 14.
31. Молхо Р. Быть Армани. Пер. с ит. Ж. Трабукки / Р. Молхо. – СПб.: Изд. Дом «Азбука-классика», 2008. – 352 с. + вклейка (64 с.).
32. Николаенко Н. Н., Родионов В. Д. Классификация цвета и функциональная асимметрия мозга // Сенсорные системы: Сенсорные процессы и асимметрия полушарий. Л., 1985. С. 57-67.
33. Новейшая мода / под ред. Т. Джонса и С. Раштон; пер. с англ. Д. Перовой. – М.: АСТ: Астель, 2008. – 191, [1] с.: ил. 7.
34. Ньютон И. Оптика или Трактат об отражениях, преломлениях, изгибаниях и цветах света: 2-е издание. Серия «Классики естествознания». — М.: Книга по Требованию, 2013. — с. 370.
35. Пабли [Электронный ресурс]. URL: <https://www.publy.ru/post/6939> (дата обращения: 27.01.19).
36. Петров Л. В. Мода как общественное явление (Анализ в социально-коммуникативном аспекте). Л., 1974. С. 31.
37. Печенюк Т. Кольорознавство / Т. Печенюк. – К.: Грані. –Т, 2009. – 192 с.
38. Попова Л. Привычки, обычаи и излюбленные цвета итальянских дизайнеров моды / Теория моды: одежда, тело, культура // Л. Попова. – М.: Новое Литературное Обозрение. – №3 (13), 2009.- С.119-130 : ил. 8.
39. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога в образовании. -М., 1995.
40. Романенко Н.Г. Колір як природна сутність Н.Г. Романенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Збірник наукових праць під ред. Даниленка В.Я. – Харків : ХДАДМ, 2010. – № 3. – С. 8-14.

41. Романенко Н.Г. Колірне співзвуччя, колірна гармонія / Н.Г. Романенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Збірник наукових праць під ред. Даниленка В.Я. – Харків : ХДАДМ, 2007. – № 6. – С. 131-138.
42. Романенко Н.Г. Суб'єктивне сприйняття кольору та його об'єктивне пізнання – шлях до мистецтва / Н.Г. Романенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2004. – № 3. – С. 91-96.
43. Рябцев Ю.С. История русской культуры XI — XVII вв. -М., 1997.
44. Семенов М. Мы — славяне! -С-П., 1998.
45. Серов Н.В. Античный хроматизм. Российский институт цвета / Н.В.Серов. - СПб.: ЛИСС, 1995. - 475 с.
46. Серов Н.В. Светоцветовая терапия. Смысл и значение цвета: информация - цвет - интеллект / Н.В.Серов. - СПб.: Речь, 2001. - 254 с.
47. Серов Н.В. Символика цвета / Н. В. Серов. Санкт-Петербург: Страта, 2015. 201 с.
48. Серов Н.В. Цвет культуры. Психология, культурология, физиология / Н.В. Серов. Санкт-Петербург: Речь, 2004. 672 с.
49. Серов Н.В. Цвет культуры: психология культурология, физиология / Н.В. Серов. – СПб. : Речь, 2004. – 672 с.
50. Серов Н.В. Цвет культуры: Психология, культурология, физиология / Н.В.Серов. - СПб.: Речь, 2004. - 668 с.
51. Серов Н.В. Эстетика цвета. Методологические аспекты хроматизма. — С-П., 1997.

52. Скляренко В.М. 100 знаменитостей мира моды / М.В. Скляренко, Н.И. Вологжина, О.Я. Исаенко, И.А. Колозинская. – Х.: Фолио, 2006. – 509 с.
53. Сурина М. О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре / М.О. Сурина. Москва, Ростов / Д.: Март, 2006. 151 с.
54. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек. Цвет. Пространство. -М., 1973.
Юнг К.Г. Психология бессознательного. -М., 1998.
55. Фрост К. Дизайн газет и журналов. — М.: Университетская книга, 2008. — 232 с.
56. Шевченко І.І. Колір як естетичний феномен: Автореф. дис. ...к.ф.н.: 09.00.04 / І.І.Шевченко; КНУ ім. Т.ГШевченка. - К., 2000. - 17 с.
57. Шевченко І.І. Колір як естетичний феномен: Автореф. дис. ...к.ф.н.: 09.00.04 / І.І. Шевченко; КНУ ім. Т.Г. Шевченка. – К., 2000. – 17 с.
58. Шиманская А. С. Семиотика цвета в японской культуре. дис... канд. философ. наук / А. С. Шиманская. Москва, 2014. 221 с.
59. Шуванов В. И. Психология рекламы. — Ростов-на-Д.: Феникс, 2003. — с. 320.
60. Юнг К.Г. О психологии восточных религий и философий. - М., 1997.
61. Абстракционизм [электронный ресурс] режим доступа: 9.
62. ArtsHaus [Электронный ресурс]. URL: <https://artshaus.co.uk/inspiration/how-colour-history-affects-perceptions-of-art> (дата обращения: 26.01.22).
63. Интерьер + дизайн. Июль, 2005. - С.62.
64. Интерьер + дизайн. Май, 2005. - С.64.
65. Интерьер + дизайн. Март, 2005. - С.60-62.

66. Heller, Eva. *Psicologia del color* / Eva Heller. – Barcelona: Editirial Gustavo Gili, SL, 2004. – 309 с.
67. Pantone — цветовой справочник [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pantone.ru> (дата обращения: 28.01.22).
68. Pantone: Осень-Зима 2015-2016, как контролировать цвета [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://procapitalist.ru/component/k2/item/9760-pantone-osen-zima-2015-2016-kak-kontrolirovat-tsveta.html>.
69. Talley, Andre Leon. *Valentino* / Andre Leon Talley. – Milano, 1982. – 207 с
70. Палитры Осень-Зима 2015-2016 [электронный ресурс] / Режим доступа: www.fashionunited.ru
71. 50 оттенков осени и зимы 2015-2016 [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://trendy-u.ru/modnye-tendencii/cveta-pantone-osen-zima-2015-2016-foto/16>.
72. РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/15/02/2016/56c117629a79477df5dd82b7?from=main> (дата звернения: 29.01.22)
73. Charo, Mora. *El color en la moda* / Mora Charo, San Martin Macarena. – Espana: maoma publications, 2008. – 239 с.
74. Символика цвета [электронный ресурс] режим доступа: 1.