

Отже, трансформація елементів чоловічого костюма в жіночий, що активно розпочалася у ХІХ ст. в одязі для активного способу життя, стала вирішальним фактором втілення в жіночому одязі практицизму і раціоналізму. Костюми для спорту, прогулянок, візитів запозичували з одягу протилежної статі такі деталі, як широкі лацкани, кишені; жіночий костюм зазнав модифікації на базі конструкції таких предметів чоловічого гардеробу, як жилети, куртки, пальто, жакети. В результаті жіночий туалет набув ознак костюмності: він складається з плечового виробу – корсажа, жакета та поясного – подвійної спідниці. Окрім цього, такий елемент, як брюки, також був присутній у жіночому гардеробі у складі костюма амазонки. Ці реформаторські кроки не завершуються лише перерахованими видами одягу. У наступному, ХХ ст., форми практичного костюма будуть вдосконалюватися, що буде відображено у подальших наукових розвідках автора.

Використані джерела

1. Васильев А.А. Европейская мода. Три века / Васильев А.А. – М.: СЛОВО, 2010. – 448с.
2. Нерсесов Я. Путешествие в мир: Мода / Нерсесов Я. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Гранд, 2002. – 240с.
3. Орленко Л. В. Терминологический словарь одежды / Л. В. Орленко. – М.: Легпромбытиздат, 1996. – 345 с.
4. Романовская М.Б. История костюма и гендерные сюжеты моды / Романовская М.Б. – СПб.: Алетейя, 2010. – 442 с.
5. Филлис Д. Основы выездки и езды / Филлис Д. (пер. с англ.). – М: Центрполиграф, 2001. – 140с.
6. Johnston L. Nineteenth-century fashion in detail / Johnston L. – London, V&A Publications, 2005. – P. 224.
7. The Kyoto Costume Institute website. Digital Archives [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kci.or.jp/archives/index_e.html.
8. V&A Home Page – Victoria and Albert Museum Dating old photographs from clothes worn in the 1900 s. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.vam.ac.uk.

УДК 001: [7.05:77]

Віктор Олексійович Соловійов

кандидат технічних наук,
доцент Київського національного університету
технологій та дизайну;
Ольга Ігорівна Жарук
аспірантка Київського національного університету
технологій та дизайну

ПРОЦЕСИ ТА ЇХ АПРІОРНІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ЯК ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕНЬ У ФОТОВІДЕОДИЗАЙНЕРСЬКІЙ СФЕРІ

Дослідження має аналітичний характер щодо обговорення предмету допроектних досліджень у фотовідеодизайнерській сфері порівняно з предметом спостережень фотографів. У межах сфери фотовідеодизайну здійснюється спроба класифікувати процесуальні об'єкти як предмет проектно-орієнтованих досліджень.

Ключові слова: *фотодизайн, фотовідеодизайн, предмет спостережень фотографів, предмет допроектних досліджень фотовідеодизайнерів, процесуальний об'єкт спостережень, невидимі та неосяжні процеси.*

This analytical type article is focused on discussion of the subject of pre-project researches of photo and video designers versus the subject of photographers' observation. The attempt is made to classify procedural objects as the subject of project-oriented researches.

Keywords: *photo design, photo and video design, the subject of photographers' observation, the subject of pre-project researches of photo and video designers, procedural object, invisible and huge processes.*

Становлення сфери фотодизайну (предтечі сучасного фотовідеодизайну) відбувалось ще на початку ХХ століття під впливом графічних дизайнерів, а також художників, які декларували відхід від реалізму – авангардистів, конструктивістів тощо [4]. При цьому найбільший вплив на перших фотодизайнерів зумовили графічні дизайнери того часу, соціально відкриті для рекламно-презентаційних та просвітницьких проектів та націлені на активне застосування фотографій. Це в першу чергу О.М.Родченко, В.В.Кандинський, Мен Рей, Крістіан Шад та інші [1; 2; 7]). Вони одними з перших почали впроваджувати прийоми зображувального графічного мистецтва у фотокомпозиціях, а також прийоми колажної та монтажно-інтеграцій типу "фото & графіка & текст" у межах рекламних та соціальних плакатів.

Не менший вплив на фотодизайнерів першої половини ХХ ст. зумовили мистецькі течії художників-імпресіоністів, а пізніше і пікторіалістів, найвидатнішими представниками яких є, зокрема, Альф-

ред Стігліц і Едвард Стайхен (США), Дон Хун Оай (Китай), Клеренс Уайт (Великобританія), Георг Емеріх (Германія), Робер Демаші (Франція), Йозеф Судек (Чехія) тощо [3, 6]. Пікторіалісти, які прийшли в сферу фотодизайну, найбільше сприяли швидкому розвитку художньої фотографії, як і імпресіоністи сприяли розвитку живопису XIX століття – шляхом використання контрових джерел світла, нових схем освітлення, туманного простору тощо. (Нагадаємо, що ще раніше, на етапі становлення фотомистецтва в середині XIX століття, фотографи запозичили у художників основні жанри рисунку та живопису і почали успішно їх імітувати [4]).

Отже, починаючи з початку XX століття, у сфері фотодизайну (а пізніше – і відеодизайну) почали відбуватися різні процеси конвергенції прийомів зображального мистецтва, графіки та декоративно-прикладного мистецтва [5]. При цьому предмет спостережень фотографа залишився традиційно необмеженим: універсум матеріальних об'єктів та явищ, цікавих йому для візуального аналізу і фотовідображень. Що стосується перших фотодизайнерів, то предметна сфера їх спостережень одразу стала носити прагматичний, проектно-зумовлений характер.

Предметний вибір фотодизайнера став цілеспрямованим, тобто зумовленим актуальним соціальним замовленням відображення суспільства того часу в цілому, а також відображення найбільш знакових суб'єктів, явищ і подій у суспільстві. Вимоги, які пред'являв соціальний замовник щодо мистецького рівня виконання творчих завдань фотодизайнерів, принципово не відрізнялись від соціальних замовлень до графічних дизайнерів (тобто носили характер образотворчого відображення об'єкта). Наприклад: російський художник-графік, скульптор і фотодизайнер В. Родченко [7] обирав для фотодосліджень конструктивістські споруди або сам створював такі просторові конструкції, які б сприяли пропаганді "виробничого соціалістичного мистецтва" (серія "Дом на Мясницкой", "Дом Моссельпрома" тощо), предметом зйомок обирав, як правило, соціально-знакові об'єкти та суб'єкти того часу ("Пионерка", "Пионер-трубач") і вивчав їх в процесах ракурсних зйомок – новітнього на той час прийому фотомодельовання об'єктів; американський фотодизайнер-першопроходець, авангардист Мен Рей (Man Ray [1]), а також інші художники, які експериментували з "фотограмним" способом отримання фотографій, свідомо обирали предметом прикладних досліджень ускладнені композиції (в тому числі конгломератні сукупності /assemblages/ різних форм, матеріальних об'єктів та матеріалів) з метою дослідження безкамерного способу створення композицій "Фото&Графіка&Текст" для рекламних та анонсних дизайн-проектів; пікторіалісти, що прийшли у фотодизайн [3, 6], почали розглядати як предмет прикладних досліджень, власне, самі фотографії і, безумовно, сприяли становленню нового мистецького підходу в фотодизайні – художньому декоративно-прикладному оформленню фотографій.

Відтак, предметну сферу спостережень перших фотодизайнерів можна вже тоді було характеризувати як предмет допроектних досліджень у фотодизайні.

Протягом всього XX століття предметна сфера допроектних досліджень фотодизайнерів постійно розширювалась і ускладнювалась. До матеріальних об'єктів та явищ як предмету спостережень (з метою їх образотворчого відображення) додалися соціально-процесуальні об'єкти: події, дієства, а також інші різноманітні заходи, які можна було розглядати як визначні з точки зору хоча б одного істотного соціуму. Наприклад, конкурс, змагання або, навіть, ювілей чи весілля беззаперечно вважались визначною подією для певного соціуму. Отже, їх позитивне зображення розглядалось як актуальне для цього соціуму. Очевидно, виразне зображення визначної події (зокрема, в ефективному і недорогому фотодизайнерському форматі) розглядалось як ще більш актуальне, оскільки могло сприяти підсиленню іміджу цієї події).

Отже, протягом XX століття запит на фотодизайнерів постійно зростав у рамках актуальних соціальних проектів різних цільових орієнтацій: рекламно-презентаційних, інформаційних, навчально-просвітницьких тощо.

Починаючи з 70-х років XX ст., сфера фотодизайну під впливом телеіндустрії та цифрових технологій почала трансформуватися у більш комплексну сферу фотовідеодизайну. Окрім "соціально-процесуальних об'єктів", згаданих вище у статті, предмет прикладних допроектних досліджень фотовідеодизайнерів склали також: а) природні і техногенні процеси, доступні для відеоспостережень, відображення яких були соціально востребовані (принаймні, окремим соціумом); б) віртуальні процеси як відео-постановчі реалізації сценарно-режисерського замислу, створені на соціальне замовлення (нагадаємо, що перші відеодизайнерські проекти були пов'язані з рекламно-промоутерськими кампаніями просування рок-груп, зокрема "Pink Floyd").

Нарешті, наприкінці XX століття, коли з'явилося перше покоління професійних комп'ютерно-графічних засобів створення цифрової анімації, предмет прикладних досліджень фотовідеодизайнерів поповнило необмежене розмаїття невидимих та неосяжних процесів, в цілому недоступних для відеоспостережень, але візуалізації яких є актуальними для суспільства чи окремого соціуму (наприклад, для науковців). Подібні процеси будемо називати, відповідно, "невидимими процесами/Invisible Processes" та "неосяжними процесами/Huge Processes".

Головною метою статті є розгляд вищезазначених процесів як потенційного предмету допроектних досліджень фотовідеодизайнерів, спроба класифікувати ці процеси залежно від їх характеру, характеру апріорних уявлень про них, а також залежно від цільової орієнтації фотовідеодизайнерських проектів.

Нагадаємо, що створення динамічних графіків чи діаграм для різних процесів на основі апріорної інформації про них сьогодні є стандартною для студента-фотовідеодизайнера задачею створен-

ня динамічної інфографіки. В даній же статті головною метою є обговорення процесів, виразна і ефективна візуалізація яких часто є витребуваною суспільством або окремим соціумом. Для цього будемо розглядати лише такі невидимі та неосяжні процеси, для яких вже існують апріорні гібридні представлення (схеми, графіки, рисунки, об'єктивні ескізи зображення станів процесу або, навіть, фотовідображення окремих станів, коментар до них тощо).

1. Перший аспект, в якому доцільно розглядати вищезазначені процеси – це основний характер апріорного представлення про них: а) домінує вербальна інформація; б) домінує невербальна інформація; в) гібридний характер інформації (тексти, таблиці, графіка, зображення).

Очевидно, у випадку (а) відеодизайнер повинен усвідомлювати те, що недостатньо підстав для створення імітаційної моделі, адекватної такому процесу і його чекає процес повноциклового виробництва постановочного творчого продукту:

- створення сценарної концепції процесу на основі вербального представлення про нього;
- розробка режисерської візуальної експлікації сценарію;
- відео-постановка процесу або анімаційна постановка (залежно від вимог та можливостей в рамках дизайн-проекту);
- цифрова пост-обробка створеної постановки.

У випадках (б, в) імовірність отримання ефективного зображення досліджуваного процесу чи його окремих стадій є більш високою, тобто можна говорити про можливість і доцільність побудови моделі, яка адекватно імітує процес в цілому або його окрему стадію.

2. Другий аспект розгляду зазначених процесів – ознака "реальний/віртуальний". Якщо процес є віртуальним (тобто творчим продуктом вимислу сценаристів та режисерів), йдеться лише про відео-постановку або анімаційну постановку цього процесу. У цьому випадку відеодизайнер отримує готову тексто-графічну експлікацію віртуального процесу і приймає рішення щодо можливості та доцільності побудови певної моделі цього процесу. Якщо процес є реальним, то його допроектне дослідження зумовлено прагматикою дизайн-проекту (побажання певного виду фінальної візуальної імітації цього процесу – схематичної, деталізованої, поліекранної тощо), а також характером апріорного представлення про цей процес (п.1).

3. Третій аспект розгляду зазначених процесів – це ознака "багатоплановий/одноплановий процес". Як правило, соціальний процес різних рівнів є масовим, а отже, надзвичайно багатоплановим, тому доцільно обговорювати засоби та підходи поліекранного відображення фрагментів, ключових моментів цього процесу, а не самого процесу в цілому.

Навпаки, певний технічний процес (наприклад, технологічна процедура), часто є чітким і прозорим і за наявності достатньої апріорної інформації його можна розглядати як предмет до проектних досліджень відеодизайнера різних цільових орієнтацій (зокрема, навчально-просвітницької).

Апріорна інформація про технічний процес, який є недоступним для фото-відеоспостережень, носить, як правило, тексто-графічний характер, проте часто є достатньою для того, щоб визначати цей процес як предмет до-проектних досліджень відеодизайнера. Найчастіше подібні процеси виявляються об'єктами анімаційно-графічної візуалізації в рамках презентаційних або просвітницьких проектів.

4. Неосяжні та невидимі природні процеси.

У межах навчально-просвітницьких дизайн-проектів предметом допроектних спостережень відеодизайнерів часто можуть виступати природні процеси, недоступні для фото- та відеовідображення, однак, відносно яких вчені накопичили достатньо матеріалу (ілюстрації, пояснення до них тощо). Характер природних процесів (фізичних, хімічних, біологічних) відображає характер самої природи: все в ній рухається – від найпростішої клітини до материка, планети, зоряної системи, ніщо не зупиняється ні на мить. Прикладами таких процесів є неосяжні космічні процеси (рух зіркової системи у Всесвіті, рух комети або орбітальний рух планети), нескінченно-циклічні атомні процеси, миттєві процеси електророзрядів, геологічні процеси надто тривалої дії в геології (утворення мінералу) та багато інших процесів, динамічна візуалізація яких часто є затребуваною з боку фахівців.

Апріорну інформацію про миттєві процеси здебільшого отримують в лабораторних умовах за допомогою відповідних приладів. Отже, на її основі можна будувати об'єктивні візуалізації. Навпаки, апріорна інформація про надто тривалі процеси є хронологічно зумовленою і більш суб'єктивною, оскільки формується шляхом багаторічних спостережень, а інколи формується протягом століть різними поколіннями. Отже, візуалізація таких процесів завжди буде носити гіпотетичний характер.

Відтак, на сьогодні предмет допроектних спостережень та досліджень фотовідеодизайнерів є розмаїттям матеріальних та процесуальних об'єктів, які вивчаються з метою подальшого створення творчих зображень цих об'єктів або їх об'єктивних відображень (залежно від характеру проекту).

Основний інтерес відеодизайнерів викликають саме процесуальні об'єкти (зокрема ті невидимі і неосяжні процеси, візуалізація яких є актуальною, принаймні, для окремого соціуму). Ефективна візуалізація зазначених процесів представляє собою, як правило, складну відеодизайнерську задачу, при цьому можливість та доцільність розгляду цих процесів як предмету допроектних досліджень повинна визначатись в таких аспектах: характер апріорного представлення про процес; реальний/віртуальний процес; багатоплановий/одноплановий процес; природний/техногенний процес.

Використані джерела

1. Архів фоторобіт Ман Рея / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.manray-photo.com>.
2. Дубровский В. Я. Московский академический театр имени Вл. Маяковского. 1922—1982 // В. Я. Дубровский / – 2-е изд. испр. и доп. – М.: Искусство, 1983. – 207 с., ил. (стр. 198—207).
3. Мисланди Е. Тихое сопротивление: русский пикториализм 1900-1930-х / Елена Мисланди, Ольга Свиблова. – М.: ГУК, 2005.
4. Соловйов В.О. Елементи теорії фотодизайну / В.О.Соловйов// Вісник КНУТД. – 2005. – № 4(24). – С. 89-94.
5. Соловйов В.О. Процеси конвергенції у сфері фотодизайну / В.О.Соловйов, О.Л.Яворський// Прикладна геометрія та інженерна графіка. – 2007. – № 78. – С. 375-378.
6. Електронний ресурс: <http://ru.wikipedia.org/w/index.php/pictorialism>.
7. Електронний ресурс: <http://www.designishistory.com/1920/aleksander-rodchenko>.

УДК 778.8

Олександр В'ячеславович Жуковін
доцент Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв

ПСИХОЛОГІЯ ТРЮКУ В КОНТЕКСТІ КОМЕДІЙНОГО ЖАНРУ КІНО

У статті висвітлено значення трюку в кінофільмах комедійного жанру, прослідковано еволюцію трюку в кінокомедіях, розглянуто його не лише як художній елемент кінокартини, а й як засіб морального впливу, наведено приклади комедійних кінострічок з використанням трюків, розкрито жанрова природа типів комедії.

Ключові слова: класифікація трюків, які використовують для створення комедійного ефекту; циркові трюки в комічних фільмах; зворотна й уповільнена зйомка; комбіновані зйомки; трюк як художній елемент і засіб впливу; автомобільні перегони; "трюк навпаки"; майстер спеціальних ефектів.

In the article a value to the trick is reflected in the movies of comic genre, прослідковано evolution to the trick in comedy movies, he is considered not only as a художній element over of film but also as means of her moral influence, is brought прикладу of comic films with the use of tricks.

Keywords: birth of comedy movie from to the trick; classification of tricks that use for creation of comic effect; circus tricks are in comical films; reverse and slow survey; trick photographs; trick as artistic element and means of influence; motor-car races; "trick vice versa"; master of the special effects.

Перший постановочний комедійно-трюковий фільм в історії людства, знятий братами Льюм'ерами, – "Политий поливальник". Проста історія про двірника, який поливав бруківку зі шланга, а підступний хлопчисько наступав ногою на гумовий рукав. Вода переставала надходити. Двірник нахилився, намагаючись зрозуміти, у чому ж справа, а в цей час хлопчина зістрибував зі шланга й вода обливала чоловіка. Фільм тривав всього 40 секунд, проте мав шалений успіх у глядача [4]. Отже, можна стверджувати, що кінокомедія народилася з трюку. Якщо простежити, в епоху "Великого німого кіно" всі комедійні картини будувалися на трюковій основі: пригадаймо фільми за участю Гарольда Ллойда, Бастера Кітона та стрічки Чарлі Чапліна, що стали кінокласикою.

Існують комедії побутові, героїчні, ексцентричні, соціальні. Існують так звані "комічні", зазвичай короткометражні, що складаються з нагромадження трюків, гонитви, падінь і бійок. Існують трагікомедії, що поєднують смішне з сумним, піднесеним, страшним. Існує безліч видів музичних комедій – водевіль, ревію, огляд, кінооперетта. Комічними бувають соціальні драми і пригодницькі фільми. Різноманітні форми кінопородій – смішних наслідувань епопеям, драмам, історичним і біографічним бойовикам. У всіх цих жанрів комедії свої закономірності, які всім глядач пред'являють особливі, специфічні вимоги. Сфера комічного різноманітна і має два основних напрями – гумор і сатиру. Гумор заснований на сміхові доброзичливому, схвальному, радісному, сатира – на сміхові викривальному, ворожому, розгніваному. Гумор – стверджує, сатира – заперечує. У житті і в мистецтві чітких меж між гумором і сатирою немає. Вони переплітаються, поєднуються, відтіняють один одного. Але відмінність між ними допомагає комікам, режисерам показувати своє ставлення до явищ життя, одне стверджувати, інше піддавати критиці, висміювати, заперечувати. Сміх яскраво виражає позицію людини по відношенню до дійсності. Тому комедія може бути ідейною, тенденційною, може брати активну участь у соціальній та політичній боротьбі [2, 7-8].

Але саме трюк може зробити комедію більш емоційною, смішною; більш виразніше підкреслити головні сюжетні акценти фільму чи будь-якого видовищного мистецтва. Щоб трюк не втратив смислового навантаження, щоб не випав з сюжетної канви фільму, щоб досягнути високопрофесійної кінозйомки, треба створити майстерний тандем режисера, каскадера та актора.