

ных процессов повседневной жизнедеятельности людей. Исследования концентрируются либо на выявлении закономерностей движения общественно-исторического процесса в целом, либо на поддержании социокультурной системы как таковой. Вопросы микродинамики социокультурной жизни людей затрагиваются редко. Однако существуют теоретические принципы изучения повседневной реальности, без которых нельзя оценить действительную картину социокультурной динамики в сопоставлении с прошлым и возможным будущим состояниями общества и культуры.

Одной из основных функций дизайна как направления практической деятельности является адаптация предметной среды к потребностям человека, а основанием ее проектирования становятся реальные условия окружения, существующие стереотипы, субъективные оценки. Но, проектируя предметную среду, следует учитывать и ситу-

ативную динамику потребностей человека. Это важно и при определении актуальных критериев оценки качества жизни членов любого общества. Изучение динамики культуры с этой точки зрения включает в сферу исследовательского внимания повседневную жизнь людей, подвижность и многообразие ее форм в определенный исторический период. Анализ и обобщение условий и форм образа жизни членов общества позволяет увидеть, как структура культуры данного общества проявляется в конкретных действиях и взаимодействии представителей различных социальных групп, как на уровне повседневного бытия реализуются все возможности, которые обеспечиваются социокультурными условиями жизнедеятельности людей в рассматриваемый исторический период. А поскольку образ жизни различных людей неодинаково динамичен в одних и тех же исторических условиях, таким же динамичным становится и дизайн предметной среды.

Слово возвращается в костюм

В.Ф. Сидоренко

*проф. кафедры рекламной графики
и визуальных коммуникаций ВНИИТЭ*

Н.В. Пряничникова

*студентка кафедры рекламной графики
и визуальных коммуникаций ВНИИТЭ*

Последние несколько модных сезонов мы наблюдаем, как после некоторого затишья дизайнеры серьезных модных домов массово обратились к типографике. Они вернули логотипы на одежду и аксессуары, смело плетут из букв орнаменты и соревнуются в остроумии, а взрослые модники больше не видят ничего предосудительного в том, чтобы носить вещи с забавными надписями.

Как известно, встречают по одежке. Внешний облик красноречиво говорит о человеке. Поэтому буква, слово на одежде не может оставаться только эффектным декоративным элементом, это мощное коммуникативное средство. Надпись на одежде – особая игра между человеком, окружающим его миром и модой. Несмотря на то, что для нас это уже привычно и обыденно, какой-либо текст на костюме – это все же громкое заявление и ответственность за него. Заметив надпись, мы не можем не прочитать ее, не можем не отреагировать. В зависимости от того,

какой смысл несет эта надпись на костюме, изменяется восприятие зрителем и костюма, и человека, носящего его. Что же таким образом человек говорит миру? Что демонстрирует? О чем ему хочет сказать мода, предлагая широкий ассортимент одежды с определенными надписями? На эти вопросы предстоит ответить. Задача данной работы – определить истоки явления, проследить развитие и тенденции, систематизировать сведения и направления и установить соотношение между графикой и смыслом.

Упоминания о надписях в костюме идут еще из глубины веков. В музеях хранятся кельтские и славянские ювелирные украшения с буквами и фразами, известны древнегреческие именные пояса и вырезанные на подошве обуви куртизанки слова: «Следуй за мной». Во времена Средневековья в орнаменты вплетались ленты с изречениями на латыни – это были выдержки из Священного писания или из веселых песен. Активно использовалась каллиграфия, строгие готические буквы. В эпоху Возрождения популярна гербовая тематика, появляется декоративный элемент картуш – изрезанный свиток с загнутыми краями, внутри которого размещался фамильный девиз или имя. Одежды в это время также украшают самые настоящие ребусы с закодированным в них особым содержанием, становившиеся предметом для размышлений и разговоров. Можно отметить и женские подвязки XVIII века с вышитыми шелком вызывающими и пикантными надписями. Таким образом, то, что



кажется типичным продуктом современности, на самом деле знакомо и привычно для человечества уже многие сотни лет.

В сороковых годах прошлого столетия в Америке появился, пожалуй, самый популярный предмет одежды для размещения на нем надписей – футболка (*T-shirt*), ставшая неотъемлемой частью базового гардероба современного человека. Изначально она была военной униформой и выпускалась только в белом цвете. Однако затем по своеобразному американскому патриотическому обычаю на ней стали печатать название корабля, самолета или военной базы. Спустя двадцать лет футболки превратились в «холст», транспарант для выражения своих убеждений, социального и политического протеста. Хиппи писали на одежде «*Stop the war*», изображали символ «пацифик» и рисовали цветы. Большое значение в развитии надписей на одежде имеет и музыка – в начале семидесятых на футболках начали печатать фотографии, логотипы и названия рок-групп. Фанаты так показывали горячую любовь и преданность своим кумирам и узнавали единомышленников. Важно понимать, что эта одежда отображает именно музыкальные вкусы, и отношение – «я не слушаю эту группу, мне просто понравилась эта майка с ними» – вызывает раздражение. Зачем поддерживать то, что не считаешь близким, зачем носить на себе высказывание, с которым ты не согласен?

Таким образом, футболка, удобная и доступная, стала еще одним способом выразить себя, показать свои взгляды и пристрастия. Можно выделить несколько типов надписей на футболках, на одежде и аксессуарах в целом.

1. Логотип модного дома. В восьмидесятые и девяностые особой популярностью пользовались крупно напечатанные на самом видном месте на майках и джинсах логотипы модных домов и марок – *Chanel* и *D&G*, *Adidas* и *Nike* и т.д. Однако со временем носить подобное стало признаком дурного вкуса. Сейчас дизайнеры продолжают размещать на одежде логотипы, но, пересмотрев свои взгляды на типографику, подходят к этому более оригинально, смело и со значительной долей самоиронии. Так у вышитого на свитере *KENZO* тигра (осень 2012) из пасти с рыком вырывается название марки, а знаменитые тонкие ремешки *Moschino* на показе осень-зима 2014 обвивают модели практически с ног до головы.

2. Реклама. Человек, носящий на себе одежду с логотипом, фирменным слоганом, датой проведения какого-либо мероприятия, сам становится эффективной ходячей рекламой.

3. Название группы, строчки из песни. Музыка является важной составляющей жизни челове-

ка, и такие майки, футболки пользуются исключительной популярностью. Одежду с изображением и логотипами культовых *The Beatles*, *Pink Floyd*, *The Rolling Stones*, *The Doors*, *Kiss* и др. можно встретить в масс-маркете, а в специализированных магазинах рок-атрибутики ассортимент отвечает даже самому взыскательному музыкальному вкусу.

4. Названия фильмов, сериалов, мультсериалов, компьютерных игр, цитаты из них. Это выражение принадлежности к фанатской субкультуре. На волне популярности сериала «Игра престолов» появились майки и толстовки с цитатами, знаковыми для посвященных, например, «*Winter is coming*», «*Hear me roar*» или «*Valar morghulis*».

5. Название книги, цитата, изречение. На сайте *etsy.com* можно найти несколько магазинов, которые продают трикотажные шарфы с напечатанными на них избранными отрывками из знаменитых литературных произведений. Цитаты, целые абзацы из «Гордости и предубеждения», «Ромео и Джульетты», «Алисы в Стране Чудес», нанесенные на ткань, образуют изящный типографический узор со смыслом. Также здесь стоит упомянуть оригинальные клатчи в форме книг от *Olympia Le Tan*, сделанные с большой любовью к литературе и моде.

6. Название спортивной команды, девизы. Болельщики, аналогично с любителями музыки и сериалов, через одежду с надписями подчеркивают свою верность клубу, команде, игроку, виду спорта.

7. Инициалы, монограммы. Одна из самых старинных и популярных идей для украшений. Упомянутый ранее *etsy.com* предлагает множество вариантов именных кулонов, колец, браслетов, а также нашивок на одежду.

8. Социальный призыв, вопросы мира, экологии, политики и проч. С помощью надписи на одежде можно не только рассказать о своих пристрастиях в музыке и кино, но и выразить несогласие с нынешними устоями, ситуацией в стране или какой-то определенной сфере, показать свою позицию по социальным вопросам и т.д. Знакомые всем примеры: «*Save the planet*», «*Make love not war*», «*Peace*», «*Free Pussy Riot*», «*Obey, consume and stay asleep*» и проч.

9. Острота, шутка, вызов, провокация. Вещь с такой надписью может быть показателем либо хорошего чувства юмора и здоровой самоиронии, либо отсутствия приличий. Удачная вещь добавит задора в сдержанный или слишком строгий образ. Например, размашистое «*My other bag is Chanel*» на холщовой сумке или белая майка свободного кроя от *Moschino* с черной надписью: «*I didn't know what to wear today so I put on this designer t-shirt*».

10. Нейтральные слова, цифры, текстовые блоки. Шрифтовые элементы здесь не несут какой-то явной, особой смысловой нагрузки и выступают скорее в исключительно декоративной роли. Пример – вырезки из журнальных статей на костюмах у *Balenciaga* осень 2010, простые надписи на майках – «*Romantic*», «*Hello*» и т.д.

11. Буквы и слова в качестве орнамента. Нередко шрифт, типографика используется модельерами именно как яркий декоративный, графический прием. Это особое декоративное послание, россыпь разновеликих символов и выразительные узоры из слов. Буквы образуют цепочки разной толщины, протянутые по платьям и пальто, заполняют всю ткань или располагаются строго по краю подола или воротника, наползают друг на друга и перемешиваются с активной клеткой, полосой, изображением. Фантазия дизайнеров безгранична, и варианты исполнения разнообразны. Они виртуозно воспевают красоту буквы, согласовывая ее с красотой самого костюма – его кроем, тканью, выбранным цветом. Яркий пример – линии из бесконечно повторяющихся букв в жизнерадостной осенней коллекции *D&G* 2011 года, почтовые марки *Mary Katrantzou* весна 2013, каллиграфия *Jean-Charles de Castelbajac* весна 2014 и проч.

Футболка с надписью стала привычным для всех предметом гардероба. Благодаря развивающимся технологиям процесс печати на ткани становится все доступнее, можно быстро и относительно недорого напечатать на футболке, майке, толстовке любое изображение и любую надпись. Это способствует появлению таких проектов, как *SexySweaters*. Изначально это был блог с множеством макетов запринтованных свитеров. Смысл в том, что на фотографию обычного однотонного свитера накладывалось какое-либо изображение и подгонялось по краям. Блог быстро набрал популярность, число желающих, чтобы картинки со свитерами превратились в настоящие свитера, которые можно купить и носить, стремительно росло. Эту идею подхватили разные энтузиасты в России, Украине и Польше и организовали печать. Таким образом, *SexySweaters* из воображаемых стали реальными. Ими заинтересовались знаменитости (Эвелина Хромченко), а модные дома в коллекциях запустили собственные запринтованные толстовки.

Как известно, дизайнеры и модные марки черпают вдохновение на улицах, глядя на спешащих

по делам или прогуливающих людей – студентов, неформалов, представителей различных субкультур – и заимствуют у них некоторые идеи, находки, перерабатывают и выпускают на подиум и в продажу. Влияние уличной моды трудно переоценить. Так, благодаря калифорнийским скейтерам и серферам, в восьмидесятых появилась марка *Stussy*, наряду с *Supreme* и *Obey*, отражающая непокорный дух молодежи. Эти марки смело и свободно размещают на одежде дерзкие надписи разных размеров (не только на груди или спине), нанизывают буквы одна на другую, создают орнаменты, повторяя много раз одно и то же слово и образуя тем самым особый ритм. Эти настроения подхватывают и дома высокой моды, и вот уже буквы и надписи можно увидеть в коллекциях не только молодежной одежды, но и взрослой, от повседневной и до вечерней. То, что раньше было именно уличным, становится приемлемым на разных уровнях. Модельеры посмеиваются над модой и покупателями, печатая на дорогом платье дурацкую надпись, характерную скорее для одежды бунтующего подростка, чем состоятельной дамы. Тем не менее, таких модных шуток, провокаций становится все больше, публика принимает их с восторгом или недоумением и рано или поздно подчиняется тенденции.

Таким образом, мы видим, как типографика возвращается с новыми силами, с новой кровью, с новыми идеями – от древних языческих символов-оберегов на одежде к священным изречениям на латыни, через века главенства орнамента на ткани и до нынешнего времени, когда надпись становится главным украшением костюма. Для современного мира буквы практически утратили свое особое сакральное значение. Но в то же время их загадочная сила никуда не исчезла. Как распоряжаются ею люди в мире моды? Сейчас типографика и мода идут рука об руку, представляя примеры запоминающихся и оригинальных дизайнерских решений. Перед нами увлекательный разговор между людьми, между модой и ее потребителем. Человек через одежду и надписи на ней рассказывает о том, что он любит и не приемлет, каким себя видит и каким он хочет выглядеть в глазах других. А мода совершенствует свое мастерство, заигрывает, задорно призывает не относиться к ней и к себе самому слишком серьезно и в то же время настойчиво убеждает следовать за ней.