

Петушкова Т. А.

Визуально-графические коммуникации модных брендов в концепции «ФРАКТАЛ-АРТ»

Издание 2-е, дополненное и переработанное
Учебное пособие



Т. А. Петушкова

**ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ МОДНЫХ БРЕНДОВ
В КОНЦЕПЦИИ «ФРАКТАЛ-АРТ»**

Издание 2-е, дополненное и переработанное

Учебное пособие для вузов

Санкт-Петербург
Научные технологии
2024

УДК 74:76:659.1:687.1

ББК 85.15:85.127.6

ПЗ14

Рецензенты:

Н. Ю. Казакова – доктор искусствоведения, заведующая кафедрой системного дизайна
ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина»;

К. С. Ившин – доктор технических наук, заведующий кафедрой дизайна
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

ПЗ14 Петушкова Т. А. Визуально-графические коммуникации модных брендов в концепции «ФРАКТАЛ-АРТ»: учебное пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Наукоемкие технологии, 2024. – 130 с.

ISBN 978-5-907946-08-8

В учебном пособии рассмотрены теоретические основы фрактального формообразования визуально-графических коммуникаций на примере модного бренда (ВГК МБ), в котором комплексно отражается вся система графической информации (реклама, упаковка, фирменный стиль, плакаты), экспозиционность представления проектов в определенной среде, ярко выраженная концептуальность, модность, маркетинговая целесообразность. Рассмотрен опыт научно-прикладного использования теории фракталов в архитектуре, промдизайне, скульптуре и изобразительном искусстве. Предложена методика фрактальной классификации рекламных материалов по выявлению художественных архетипов в рамках стиливых идентификаторов конкретного бренда и его имиджа.

Учебное пособие предназначено для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профили подготовки: «Графический дизайн», «Дизайн костюма», «Дизайн рекламы». Актуально для дисциплин «Проектирование в дизайне», «Дизайн и рекламные технологии», «Технологии производства рекламного продукта».

ISBN 978-5-907946-08-8

© Петушкова Т. А., 2024

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАКТАЛЬНОЙ ТЕОРИИ В НАУЧНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ	6
1.1. Методологические подходы к рассмотрению ВГК МБ.....	6
1.2. Направления развития фрактальной методологии в современной культуре	10
1.3. Фрактальность как всеобщее свойство бытия	13
1.4. Фрактальная живопись.....	16
1.5. Фракталы в графическом дизайне.....	21
1.6. Фракталы в современной скульптуре	23
1.7. Фрактальная архитектура и промышленный дизайн	26
1.8. Фрактальная костюмология и костюмографика.....	33
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	40
КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ.....	42
ГЛАВА II. ФРАКТАЛЬНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ВГК МБ.....	45
2.1. Фрактальные метафоры и ВГК.....	45
2.2. Верификационное моделирование фрактальных метафор ВГК МБ....	46
2.3. Маркетинговые характеристики модного бренда	51
2.4. Уровни фрактальной организации ВГК МБ	54
2.5 Фрактальные системы метонимических (фрагментарных) структур ВГК.....	59
2.6. Фрактальные системы «Костюм-фон»	63
2.7. Архетипическая классификация фрактальных структур ВГК МБ «Chanel» в системе «Костюм-фон».....	67
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	74
КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ.....	75
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	77
Приложение А.....	78
Приложение Б.....	113
СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ.....	127
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	128

ВВЕДЕНИЕ

...переход к фрактальной картине мира является одним из главных достижений науки второй половины XX в.

С. Д. Хайтун

В современной рыночной экономике проблема создания брендовых технологий и их визуально-графического представления требует переосмысления творческих установок дизайнерского формотворчества, нацеливает на изучение законов рекламы, маркетинга. В эпоху постмодернизма рекламируемый товар перестал быть просто предметом, он превратился в символ торговой марки или бренда, который сам по себе имеет собственную цену, как узнаваемый виртуальный образ-символ, усиливающий реальное качество вещи, которая стала средством коммуникации с потребителем через рекламный продукт.

Модные бренды наиболее чутко реагируют на социокультурные изменения в обществе, в них интуитивно отражаются требования, тесно связанные с законами маркетинга, а потому реклама моды должна быть креативной, узнаваемой, ассимилирующей авангардные течения прикладного искусства, архитектуры и дизайна.

Рынок современной одежды показывает соответственный уровень культуры современного общества, его гендерный и этнокультурный диссонанс, неправильное отношение к моде или полное её отрицание, что приводит к уничтожению понятия культуры одежды, традиционному пониманию её ценностных характеристик и значимостей, потере истинной женственности и мужественности, манеры поведения, социальной ориентированности людей.

Для преодоления сложившейся ситуации необходимы:

– новые знания и подходы к разработке оригинальных визуально-графических коммуникаций (ВГК), передающих информацию о стилистике успешных брендов;

– знания языковых средств создания устойчивых брендов в ярких, запоминающихся художественных образах и их адекватного восприятия целевой аудиторией.

Цель предлагаемого пособия: изучение основных положений концепции «Фрактал-АРТ» и ее инструментальных возможностей для разработки ярких художественных образов в современной рекламе. Концепция является инновационным направлением современного графического дизайна, которая наце-

лена на формирование креативного мышления, новых подходов к генерированию художественных образов, новому пониманию визуальной динамики, интерактивности, что изначально заложено в модной информации.

Задачи:

– рассмотреть визуально-графические коммуникации модных брендов в рамках актуальной концепции «Фрактал-АРТ»;

– ознакомиться с научно-художественной практикой использования положений теории фракталов в философии, живописи, графике, скульптуре, архитектуре, дизайне;

– освоить методику разработки фрактальной классификации и выявления художественных архетипов ВГК МБ в рамках стилевых идентификаторов культового мирового бренда.

ГЛАВА I. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАКТАЛЬНОЙ ТЕОРИИ В НАУЧНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Методология изменяет мышление. Для нее важно не ЧТО, а КАК, не вещь, а как мы её мыслим, в какой модели деятельности её распредмечиваем.

В. Ф. Сидоренко

1.1. Методологические подходы к рассмотрению ВГК МБ

В философско-культурологическом дискурсе модный костюм представляет собой особый феномен социально-культурной ситуации начала XXI века. Особенностью его является то обстоятельство, что он развивается и функционирует в условиях постоянно меняющихся способов идентификации личности. Как продукт дизайнерского творчества модный костюм является частью общедизайнерской практики постинформационной социокультурной ситуации, но его специфика – в максимальной приближенности к человеку относительно других видов дизайна. Поэтому он максимально «психологизирован», и «обладает чрезвычайно подвижной структурой».

В рамках моды костюм превращается в динамичный «портрет-диалог» дизайнера-создателя с его социально-культурной парадигмой, который взаимодействует с индивидуальными вкусами и пристрастиями потребителя («носителя»). В этой связке-диаде они определяют модный визуальный образ вещи или целой коллекции. И если раньше облик человека «жестко регламентировался национальными традициями, законодательными актами и сословными предписаниями», «нормами приличия», то сегодня «они обрели гораздо более мягкую форму «модных тенденций», которым люди следуют в большей или меньшей степени.

Таким образом современный костюм является одновременно как социально-психологической, так и образной характеристикой человека, при этом последняя определяется первой. Представление рекламного образа костюма как знаково-символической системы позволяет рассматривать его как интерактивный акт, отражающий в знаке социальные и индивидуально-личностные качества человека, его статусное, стратегическое положение, его «темперамент, склад характера, эстетические, этические и мировоззренческие ориентиры» [15].

Именно модный костюм, как внешняя оболочка, как «кожа культурного тела», определяет человека в социальном мире, визуализирует его «Я-образ»,

помогает раскрыть и сформировать идеалы «осмысленного бытия». Знаково-символическая система костюма независимо от самого человека влияет на него самого, образ его мышления, действий, мировоззренческие установки, формирует и предвосхищает их. Как знак, «прикрепляемый» к личности, костюм «придаёт ей контекстуальную значимость», определяет и закрепляет его личностные характеристики во взаимоотношениях с другими людьми и окружающим миром, тем самым выражая семантический смысл во взаимодействии с основными личностными качествами [15].

В силу этого современный модный костюм рассматривается как особый феномен, как «визуальная, антропоцентричная система», которая возводит «индивидуальное сознание отдельного человека» к коллективному социально-историческому опыту. Вводится понятие «культурного тела», отличного от физического, которое с помощью костюма преобразуется в концепт, визуальную «метафору личности», через систему социально-культурных отношений. А, стало быть, отдельный фасон или модель следует оценивать в контексте предлагаемой авторской концепции. В итоге модный костюм представлен как многоплановая философско-культурологическая модель концептуально-образной системы, с её иллюкутивной, аксиологической, коннотативной функцией. На схеме рисунка 1.1 нами представлена инфографика этой модели.



Рисунок 1.1 – Модный костюм как философско-культурологическая система

Для разработки нового подхода к анализу процессов формообразования используются фундаментальные труды по истории, теории и методологии дизайна таких авторов как: С. О. Хан-Магомедов, В. Ф. Сидоренко, А. Н. Лаврентьев, А. А. Грашин, Е. В. Черневич, Э. М. Глинттерник, Г. Н. Лола, Е. Э. Павловская, Н. П. Бесчастнов, И. Н. Стор, Е. В. Жердев.

Для осмысления маркетинговой сути бренда важны работы таких авторов как: Ф. И. Шарков, Д. Аакер, Д. Огилви, Жан-Ноэль Капферер, Волков Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьев, А. Кожанов, Т. А. Мазурина, Л. В. Желондиевская.

Для понимания особенностей позиционирования модного бренда как системы, включающей элементы графического дизайна, костюма, текстиля и орнамента необходимы теоретические разработки авторов: И.Н. Стор, В. М. Липской, Г. Л. Тульчинского, А. К. Садова, П. А. Пименова А. М. Упине, Д. Т. Гусовой.

Для применения фрактального подхода к анализу рекламного материала в дизайне модного костюма использованы работы А. В. Волошинова, Т. Н. Бытачевской, Бенуа Мандельброта, В. Н. Бабича, А. Г. Кремлева, В. В. Исаевой, Исмаила Халеда Д. Альдина, Л. В. Смуровой.

Для разработки фрактальной методологии к анализу рекламных объектов моды применен междисциплинарный подход, в частности:

– в рамках деятельностного подхода (М. С. Каган) ВГК МБ рассматриваются как система – диалог дизайнера с потребителем;

– в рамках аксиологического подхода (С. Н. Иконников) выявляются ценностные характеристики успешного бренда и строится иерархизированная система его материальных и духовных ценностей, нормирующих поведение целевой аудитории;

– в рамках информационного подхода (А. Моль) ВГК МБ рассматривается как эффективный инструмент семиотизации, носитель культурной, мировоззренческой, утилитарной и эстетической информации, развёрнутой в поле зрительного восприятия посредством художественных образов;

– в рамках семиотического подхода (Ю. М. Лотман) дизайн ВГК МБ трансформируется в знаковую систему образов, представляющих собой визуальный текст как посредник между человеком и окружающим его пространством;

– в рамках структурного подхода (А. Н. Быстрова) ВГК МБ изучается на разных смысловых уровнях единой семиотической системы.

Известно, что в модной индустрии носителем бренда является сама личность кутюрье, в которой органично сочетаются «искусство и бизнес, дизайн

и реклама, культура и рынок». Именно яркой художественной личности свойственно чутко улавливать потребности времени и человека в нём. Модная вещь, как носитель рекламного образа, является изначальным посылом, а дефиле – ведущей рекламной технологией, театрализованной демонстрацией проекта модных коллекций как живой коммуникации автора и публики, как мощного средства персонификации бренда.

Поэтому доминирующим рекламным средством в модной индустрии является фотография или фотоиллюстрация. Выбор эмпирической базы и типа моделей обусловлен образом своего времени, который понимается как знак инновационного развития и продвижения бренда в модном бизнесе, где фотограф связует моду, маркетинг, искусство. В таком понимании модный бренд есть художественная идеализация, в которой сущность моды и рекламы полностью совпадают. Важным отличием и ценностью модного бренда является то, что предметом рекламы становится ярко выраженная образность класса от кутюр и выбор рекламируемой модели. Так Чарльз Фредерик Уорт впервые начал диктовать моду и ежегодно представлять новую коллекцию. Он ввёл в практику показ-дефиле как «гениальный рекламный ход». Он же придумал манекен и стал тиражировать моду, таким образом заложив основы современной индустрии. Кристиан Диор, угадав чувства послевоенного человека, показал модный костюм как синтез высокого искусства и коммерции, выразив желания женщин вновь стать красивыми и элегантными [22].

Конкретизацией этих положений является введение в теорию графического дизайна нового интегративного понятия «кутюр-реклама», в котором рекламная функция дизайна костюма рассмотрена как симбиоз рекламы и моды [28]. Костюм как рекламоноситель смыслово и композиционно связан с образом представляемого человека, что способствует определённому восприятию бренд – имиджа рекламируемого товара и торговой марки.

Выводы:

1. Модный костюм как продукт дизайнерского творчества, максимально приближен к человеку, имеет подвижную структуру, отражающую социально-психологическую и образную характеристики человека.
2. Рекламные коммуникации или «Кутюр-реклама» МБ – это концептуально-образная семиотическая система, в которой зафиксировано историческое время, ярко выраженная концепция и специфика композиционных решений.

1.2. Направления развития фрактальной методологии в современной культуре

Фрактал есть ген формообразования.

А. В. Волошинов

Термин «фрактал» введён в научный оборот франко-американским математиком Бенуа Мандельбротом в 1975 году и образован от латинского слова *fractus* – фрагментированный, неправильный по форме, сломанный, дробленный, разбитый [14, 20]. Сегодня изучение фракталов стало междисциплинарным явлением и основывается на теории самоорганизации и методах нелинейной динамики. Архитектор Бабич В. Н. определяет фрактал как сложную структуру, пространственная форма которой изломана и нерегулярна или регулярна, упорядочена или хаотична, но повторяет саму себя в любом масштабе.

Главная характеристика фрактала – самоподобие. Самоподобие бывает: случайным (стохастическим), жёстким (инвариантным), нежёстким (ковариантным) [1].

В обобщении ряда авторов, в пост-постмодернистской исследовательской практике фрактальный анализ рассматривается как методологический инструмент в искусствоведении, социологии, гуманитарной математике, синергетических концепциях культуры, урбанистике, математической истории. Более того, в науке нового столетия фрактальная концепция приобрела парадигмальный статус и стала рассматриваться как концепт, пришедший на смену классического понятия гештальта, а внимание исследователей переключилось на поиск и интерпретацию специфических фрактальных структур [2, 7].

По определению А. В. Волошинова фрактальная геометрия является наукой и искусством XXI века. Во фрактале раскрывается идея роста как основа формообразования, как порождение бесконечного многообразия определенных структур на разных этапах развития. Также фрактал является компактным способом описания оригинальных форм с их асимметрией и динамикой, выражая главный эстетический принцип Гераклита – принцип многообразия и единства [3].

В этих определениях как нельзя лучше раскрывается главный смысл фрактальной методологии. Любой фрактал визуализирует в себе набор математических процедур в определённой последовательности. Это особая «оптика видения», способ познания мира и вселенной, ее выживаемости в процессе эволюции. Цифровая парадигма культуры постмодерна и её ориентация на образность восприятия позволила внедрить фрактальную оптику видения в

повседневную эстетическую практику, обозначив новые формы смыслообразования.

Благодаря компьютерным технологиям, современная фрактальная парадигма внедрена в область литературы и кинематографа, декоративно-прикладного искусства, архитектуры и дизайна. По определению Б. Мандельброта фрактал объединяет в себе математическое и эстетическое начала, в качестве иллюстрации он приводит в пример рисунок Леонардо да Винчи «Всемирный потоп», гравюры японского художника Кацусики Хокусая, ставшими прообразами современного компьютерного искусства (рис. 1.2). По мнению Б. Мандельброта японский мастер имеет особое «чутье на фракталы» и смело работает с формой, как природной фрактальной структурой, выражаемой языком искусства. Эту особенность математики поняли лишь в девятнадцатом веке, а в естественной науке такое понимание сформировалось только к 1960-м годам.

В современной культуре рассмотрено четыре основных направления развития фрактальной методологии, которые показаны в таблице 1.1.

Первый блок таблицы представляет философско-эстетическое направление, в котором развиваются теоретические положения метода «научного искусства» (science art). Основной принцип – синтетическое взаимодействие науки и искусства на основе схожих методологических оснований. Наиболее известные авторы этого направления: А. В. Волошинов, С. В. Ерохин, В. В. Тарасенко, И. А. Евин, П. П. Николаев, В. Рибас и др.

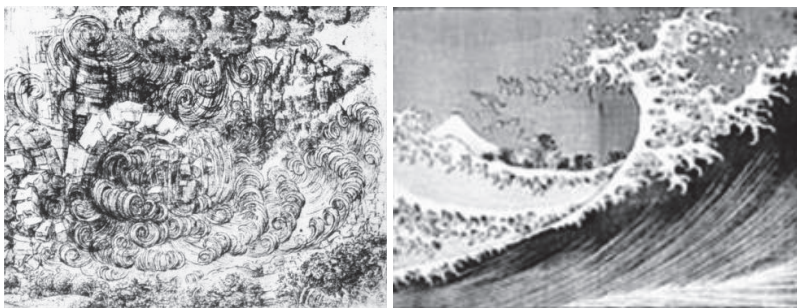


Рисунок 1.2 – Леонардо да Винчи. Всемирный потоп, 1515 г.;
К. Хокусай. Большая волна, 1832 г.

Второй блок – область самостоятельного фрактального искусства: живописи, архитектуры, музыки, видеоарта под общим названием «Фрактал-

Арт». Это синтез науки, техники и искусства, в основе которого лежат алгоритмические принципы природного формообразования: самоподобие, динамичность, алгоритмичность, нелинейность, бесконечность.

Таблица 1.1 – Фрактал – доминирующий вектор современного культурного развития [3, 10]

№	Направления развития фрактальной методологии	Принципы, концепции	Содержание
1	Философско-эстетическое	Синтетическое взаимодействие науки и искусства	Теоретическое осмысление метода «научного искусства» (science art)
2	Фрактальное искусство: архитектура, живопись, музыка, видеоарт	Самоподобие, нелинейность, динамичность, алгоритмичность, бесконечность – принципы художественного выражения нелинейной фрактальности	Фрактал-Арт: синтез науки, техники и искусства, в основе которого лежат принципы природного формообразования
3	Аналитическое исследование красоты в искусстве	Критерии красоты фракталов: гармония Космоса и Хаоса, единство в многообразии, красота в простоте	Математический метод анализа искусства с целью объективной оценки его эстетической привлекательности
4	Направление фрактальной математики (геометрии)	Особый метод нелинейного формообразования, реализующийся как иерархически упорядоченная структура. Сущностные характеристики: самоподобие, алгоритмичность, многомерность, случайность, повторение, незавершенность и бесконечность	Геометрические, алгебраические и стохастические модели строятся на основе алгебраических формул с помощью нелинейных процессов в n-мерных пространствах

Третий блок – аналитическое направление исследования красоты как математический метод анализа произведений искусства с целью объективной оценки его эстетической привлекательности. Основные принципы этого направления сформулированы А. В. Волошиновым как критерии красоты фракталов, в которых осуществлена гармония Космоса и Хаоса, единства и многообразия.

Четвертый блок – математическое направление как метод нелинейного формообразования иерархически упорядоченных структур. Сущностные характеристики метода: самоподобие, алгоритмичность, многомерность, случайность, повторение, незавершенность, бесконечность.

Выводы:

1. Главная характеристика фрактала – самоподобие всех элементов, входящих в изобразительную структуру любого объекта и нормирующих его пропорционально-масштабные отношения в постоянном движении и развитии.
2. В век компьютерных технологий возможно создание фрактальных объектов любой сложности по образу искусственных и природных явлений.

1.3. Фрактальность как всеобщее свойство бытия

Ныне часть научного сообщества признает универсальность фракталов, поскольку они работают в любой частной науке.

В. Э. Войцехович

В философском дискурсе широко используются такие понятия как: «фрактал», «фрактальность», «фрактальная структура», «фрактализация восприятия» и др. (Табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Дефиниции понятий «Фрактал», «Фрактальность»

Определение	Источник
Фрактал (от лат. fractus- дробный, ломаный) – переходное, квазиустойчивое состояние становящейся системы, характеризующееся хаотичностью, нестабильностью, которое постепенно эволюционирует к устойчивому, упорядоченному целому	Б. Мандельброт. Фрактальная геометрия природы». Ижевск: ИИКИ, НИЦ «РХД» – 2010. 656 с.
Фрактал – теоретический научный конструкт современной синергетической парадигмы. Фрактал – главная стадия эволюционирующей системы (физической, биологической, социальной); дробное, самоподобное переходное состояние-процесс.	Войцехович В. Э. Синергетическая концепция фракталов (социальные и философские основания) // Синергетическая парадигма. Человек и общество в условиях нестабильности. М., 2003. С. 141 – 156.

Определение	Источник
Фрактал – структура, состоящая из частей, которые в определенном смысле подобны (гомотетичны) целому.	Меньчиков Г. П. Фрактальность всеобщее свойство бытия. Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2008.
Фрактал – способ рекурсивной организации знаков. Фрактал- концептуальная метафора	Тарасенко В.В. Фрактальная семиотика: слепые пятна, перипетии и узнавания. М.: Либроком, 2009. 232 с.
Фрактал – бесконечно повторяющаяся форма.	Хандогин Р. В. Фрактальность как свойство, способ и сущностная характеристика самоорганизации\\Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2019. Том 8. № 2А. С. 209–218
Фрактальность – одно из всеобщих фундаментальных свойств бытия.	Меньчиков Г. П. Фрактальность всеобщее свойство бытия. Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2008.
Фрактальность – свойство, способ и сущностная характеристика самоорганизации	Хандогин Р. В. Фрактальность как свойство, способ и сущностная характеристика самоорганизации\\Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2019. Том 8. № 2А. С. 209–218

Для большей наглядности нами разработаны схематические модели, показывающие смысловое содержание понятий. Так в обобщении Г. П. Меньчикова фрактальность есть всеобщее свойство бытия, метанаучное понятие в гносеологическом значении и онтологической универсальности. Оно позволяет рассматривать поведение любых объектов материального мира во времени и пространстве и описывать единую неоклассическую картину мира (рис.1.3).



Рисунок 1.3 – Методологическая основа фрактальности философского знания [Меньчиков Г. П., 2008]

Благодаря введению дробной размерности, фрактализация обнаруживает общность самых разных объектов, выявляет более глубокие принципы и закономерности их структурной организации. Принцип самоподобия или масштабная инвариантность определяет многоаспектность применения понятия как на уровне теоретических представлений, так и на уровне феноменологического знания.

Использование фрактальных концептов и моделей в социо-гуманитарном знании позволяет описывать многомерные нелинейные процессы в социальных и культурных структурах во всей их сложности и полноте.



Рисунок 1.4 – Методологическая основа фрактальности в социологическом и социально-философском поле современного научного знания [30]

В трактовке Р. В. Хандогина фрактальность – это социологическое и социально-философское поле современного научного знания, интегративный механизм самовоспроизводства и саморазвития объектов, позволяющее описывать их саморазвивающиеся свойства в коэволюционном пространстве. Кроме того, это есть способ самоконструирования порядка из хаоса как вместилище возрастающей сложности (рис. 1.4).

Вывод:

В философском понимании фрактальность любого объекта заключается в его саморазвитии через состояния хаоса и порядка, бесконечно повторяющихся и дробящихся форм в их динамике и бесконечности.

1.4. Фрактальная живопись

Фрактальные картины, завораживающие «бесконечными» рекурсивными повторениями и самоподобием образов, обладают необыкновенной эстетической привлекательностью.

А. В. Волошинов

Стремительное развитие цифровой социокультурной парадигмы «сделало возможными и философскую рефлексию, и художественную артикуляцию предметов и практик культуры и искусства в терминах фрактальности. В связи с этим выявление и подражание фрактальности в классической живописи стало увлекательной научной и художественной задачей» [17, с. 225].

На сегодняшний день в изобразительном искусстве отмечаются следующие направления фрактального художественного творчества: фрактальная живопись, фрактальный реализм, фрактальный экспрессионизм (фракталаж), фрактальная монотипия, фрактальный супрематизм и т. д. Исследователи рассматривают 2 типа образной трактовки фрактального искусства: компьютерную графику и традиционную живопись, в композиционной структуре которой имеются фрактальные элементы, например у Д. Веласкеса, Д. Поллока, М. Эшера, С. Дали, Д. Климта, П. Филонова, А. Лентулова, А. Родченко и др. [16, 29].

Самым ранним фрактальным образцом изобразительного искусства, а считаются структуры древних космогонических орнаментов, отражающих мифологическую картину мира и «синкретическое понимание древними художниками фрактального устройства Вселенной» [17].



Рисунок 1.5 – Древние космогонические орнаменты [12]

В XX веке живописные композиции М. Чюрлениса, представителя русского символизма и модерна («Мир искусства»), показывают пример использования фрактальных конструкций. Это известные картины «Симфония похорон» (1903 г.), «Мосты» (1904), «Гимн» (1906 г.); «Лодка» (1907 г.), «Соната звезд. Аллегро» (1908 г.), «Соната пирамид Аллегро» (1909); «Сказка о королях» (1909 г.) и др. (рис. 1.6).

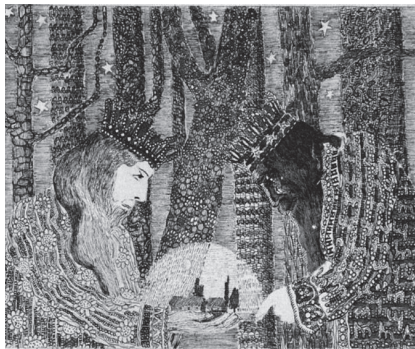


Рисунок 1.6 – М. Чюрленис. Сказка о королях. 1909 г.¹

В картинах Н. Рериха, таких, как «Сжигание тьмы» (1924 г.), «Шепоты пустыни», «Сказ о Новой Эре» (1925 г.); «Моисей-Водитель» (1925 г.); «Агни-Йога» (1928 г.), «Лотос» (1933 г.); «Звезда героя» (1936 г.) и др. фрактальные образы выражают «метафизическое понимание земного и космического бытия» (рис. 1.7).



Рисунок 1.7 – Н. Рерих. «Сжигание тьмы» 1924 г.²

¹ [Электронный ресурс]: URL: https://ic.pics.livejournal.com/artofhistorian/73460774/257373/257373_800.jpg (дата обращения 30 ноября 2023).

² [Электронный ресурс]: URL: https://www.academyforhealingarts.com/wpcontent/uploads/2020/07/IMG_0224-scaled-e1595629512235-1536x1136.jpg.

Работы П. Филонова выражают «идею фрактального кода природы» и основываются на принципах «органического роста формы», теоретически обосновывая и предвосхищая научные «формулы» Вселенной: «Формула космоса» (1918–1919), «Формула вселенной» (1920), «Формула весны» (1927–1929). Свою позицию он выразил в статьях «Канон и закон» (1912 г.), «Декларации «Мирового расцвета» (1923 г.) и др.) (рис. 1.8) [17, 29].

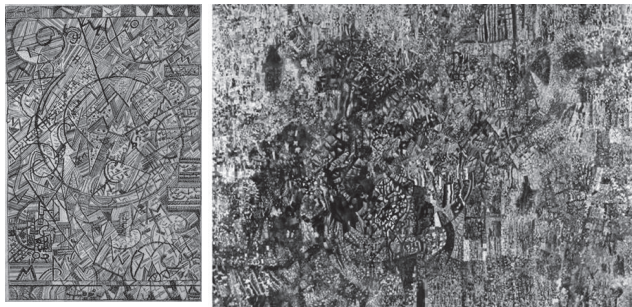


Рисунок 1.8 – П. Филонов. Формула вселенной, 1920 г.; формула весны 1927–1929 г.³

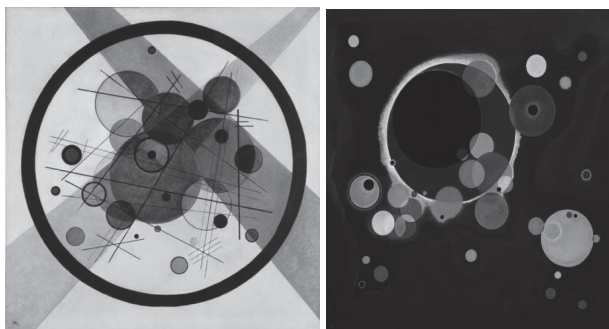


Рисунок 1.9 – В. Кандинский. Круги в круге. 1923 г. Несколько кругов⁴

В. Кандинский – один из основоположников авангарда, считается ключевой фигурой мировой живописи и родоначальником абстрактной живописи. Он создал свою авторскую теорию, которую изложил в работах «О духовном в искусстве», «Точка и линия на плоскости», в которых изложил основные эстетические принципы и средства выразительности абстрактной живописи.

³ [Электронный ресурс]: URL: https://cdn.tretyakov.ru/mytretyakov/44/770447f16e9bb60019da4e91066dd613/thumb/afa806680e3179a764da5dc370cf9ee9_x1.png; http://www.visit-city.art/images/artists/filonov/filonov_30.jpg

⁴ [Электронный ресурс]: URL: <https://arhive.net/res/media/img/oy800/work/a5f305922.jpg>
<https://artchive.ru/res/media/img/oy400/work/095/287085.jpeg>

В частности, он анализирует геометрию формы, динамику отдельных элементов, алгоритмы их размещения на плоскости, которые полностью удовлетворяют условию построения фрактальных композиций. Так на рисунке 1.9.

А. Лентулов использует фрактальные построения в таких работах, как «Москва» (1913 г.), «Астры» (1913 г.), «Кисловодский пейзаж со створками дверей» (1913 г.), «Аллегорическое изображение Отечественной войны 1812 года» (1914 г.), собор «Василия Блаженного» и др. (рис. 1.10). В его композициях ярко выражена внутренняя энергия изображаемого объекта.

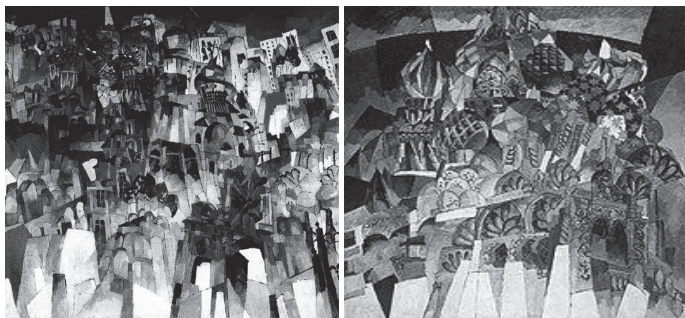


Рисунок 1.10 – А. Лентулов, 1913 г. Панно «Москва» и «Собор Василия Блаженного»⁵

В работах немецкого художника Пауля Клее отражена динамическая мобильность космоса и становящейся формы как упорядоченного хаоса, соотношение великого и малого, части и целого (рис. 1.11).

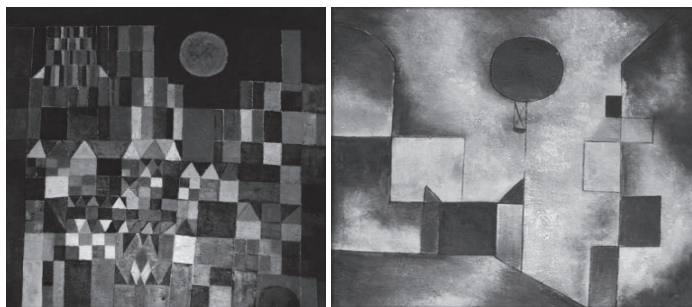


Рисунок 1.11 – П. Клее. Живописные работы⁶

⁵ [Электронный ресурс]: URL:

https://ic.pics.livejournal.com/johanajollygirl/9565433/7459519/7459519_800.jpg

<https://image3.slideserve.com/5909897/slide37-1.jpg>

⁶ [Электронный ресурс]: URL:

https://artzip.ru/upload/resize_cache/iblock/349/540_1000_0/349a36bf3c09d19687803a913c90274.jpg,

https://ucare.timepad.ru/a6530622-70cc-4b2f-841a-f3988c680427/poster_event_1656801.jpg

1940-е гг. явились свидетелями появления нецифровой фрактальной живописи, предвосхитившей математическое компьютерное творчество. Это было в ряде работ Сальватора Дали: Портреты Гала 1977 г., Галатея сфер. 1952 г. (рис. 1.12).

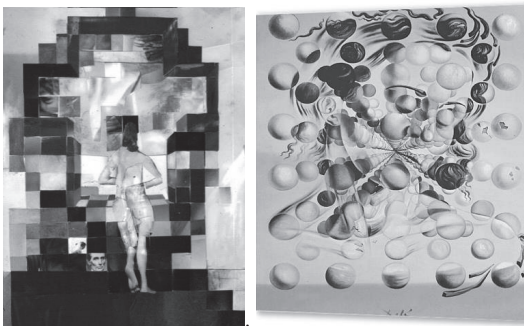


Рисунок 1.12 – Сальвадор Дали. Портрет Гала., 1977 г. Галатея сфер. 1952 г.⁷

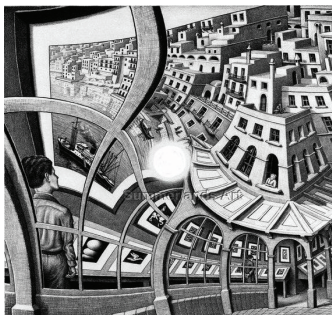


Рисунок 1.13 – М. Эшер. Картинная галерея. 1956 г.⁸

Истинным предтечей художников-фракталистов является Мориц Эшер. Он известен как экспериментатор, исследующий различные способы «покрытия фигурами всей плоскости поверхности листа», по сути, он создает разные формы самоподобия посредством:

- уменьшения размера фигур от периферии к центру и наоборот;
- двойного использования контура, принадлежащего двум фигурам одновременно;

⁷ [Электронный ресурс]: URL: <https://www.artranked.com/images/6c/6c0563345d041363bab36501de0f2007.jpg>, https://www.lenbaget.ru/wp-content/uploads/2022/08/full_622991.jpg

⁸ [Электронный ресурс]: URL: <https://theslide.ru/img/tmb/3/229045/9b61fb32139162b320fd4661f8676966-800x.jpg>

– смешения различных форм самоподобия;
– использования природных объектов, имеющих фрактальную структуру. Это предтеча цифровых художников-фракталистов. Многие его образы математически точно выражают принцип фрактальности (рис. 1.13) [27].

Выводы:

1. Древние космогонические орнаменты считаются прообразами современной фрактальной живописи в ее рукотворном и компьютерном воплощении.
2. В XX веке фрактальная живопись выражала идеи русского символизма и модерна, метафизического осмысления земного и космического бытия, различных авангардных течений.
3. Сегодня цифровая фрактальная живопись используется как эффективный художественный прием и как способ концептуализации авторских идей в искусстве.

1.5. Фракталы в графическом дизайне

Фрактальные изображения... обладают в нашем восприятии самостоятельной эстетической ценностью.

Б. Мандельброт

Цифровой художник и фотограф В. Рибас, открывший технику фрактальной абстрактной фотографии, в своих работах экспериментирует в сфере новой визуальной реальности, представленной на рисунке 1.14.

На рисунке 1.15 в первом ряду приведены примеры фрактальной графики 2022 года. В них преобладают черты экологичности, сочетания нового и старого, технологические инновации и дерзость 1920-х годов в современном прочтении. Это стилистика абстрактного экспрессионизма, в котором важную роль играют цветовые сочетания, передающие специфические свойства рекламы, веб-сайтов, любой другую печатной или электронной продукции. Во втором ряду показаны примеры фрактальной графики, размещенные в открытом доступе, в том числе и в макетном выражении.



Рисунок 1.14 – В. Рибас. Балерина, Танец 2010⁹

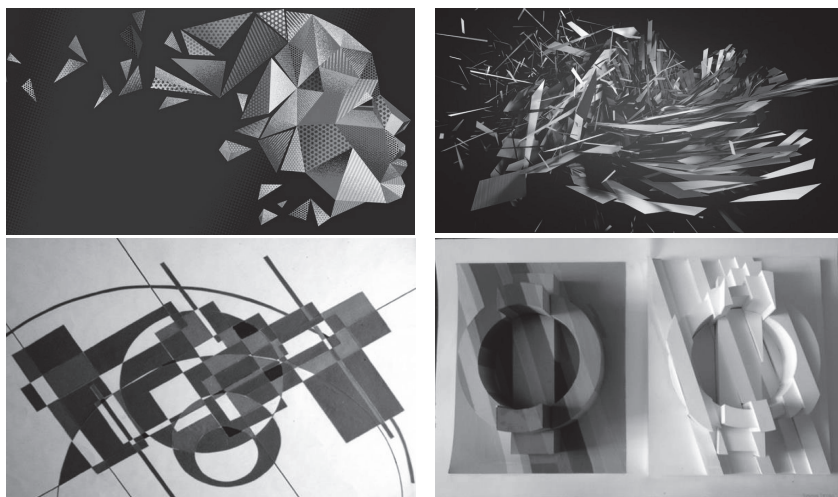


Рисунок 1.15 – Лучшие работы художников-фракталистов за 2021–22 год¹⁰

Варианты фрактальных шрифтовых композиций приведены на рисунке 1.16.

⁹ [Электронный ресурс]: URL:

https://artzip.ru/upload/resize_cache/iblock/f1c/540_1000_0/f1cf2d2dfb5287f6c77583cb401d38c9.jpg

https://artzip.ru/upload/resize_cache/iblock/349/540_1000_0/349a36bfb3c09d19687803a913c90274.jpg

¹⁰ [Электронный ресурс]: URL:

<https://vuzopedia.ru/storage/app/uploads/public/5c3/89d/920/5c389d92018aa408433365.jpg>

http://klubmama.ru/uploads/posts/2022-09/1662806104_10-klubmama-ru-p-shriftovalaya-applikatsiya-foto-10.jpg

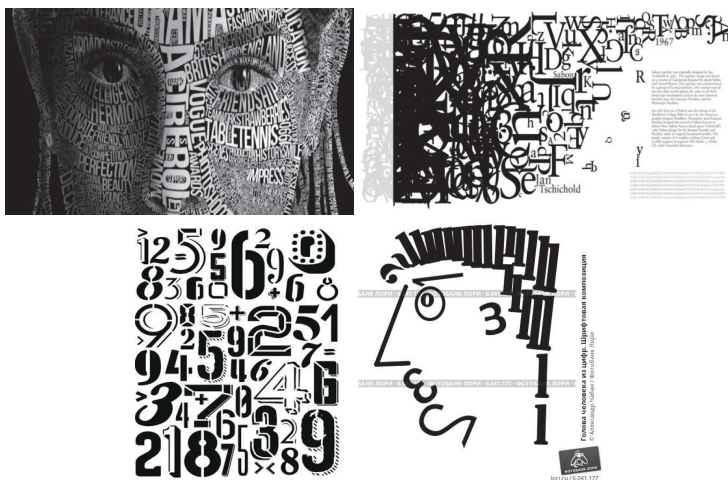


Рисунок 1.16 – Шрифтовые композиции¹¹

Рассмотренные примеры дают возможность разрабатывать новый язык графического формообразования в процессе освоения цифровых технологий.

Вывод:

В графическом дизайне открываются новые возможности показать специфику МБ посредством фрактального формообразования, что значительно расширяет композиционную палитру учебного проектирования.

1.6. Фракталы в современной скульптуре

Фрактальная концепция Мандельброта сделала... фрактальную скульптуру легитимным способом образного познания и отображения мира

Е. В. Николаева

По данным исследований Е. В. Николаевой современные «культурные пространства городов все активнее заполняются скульптурами и инсталляциями»

¹¹ [Электронный ресурс]: URL:

<https://www.dalee.ru/sites/default/files/blog/2021/sdv1f4tg.jpg>

<https://i.pinimg.com/originals/d2/1e/ea/d21eeaf089cf5c4bd7d3a034.jpg>

https://aipa.ru/231206-thickbox_default/cifry-fon-plastikovyy-trafaret-cadence.jpg

<https://prv1.lori-images.net/golova-cheloveka-iz-tsifr-shriftovalaya-kompozitsiya-0006041177-preview.jpg>

ями, которые представляют собой линейные или нелинейные фракталы, причем их фрактальность не только осознается, но и публично артикулируется. И в той мере, в какой фрактальность скульптурных объектов становится предметом теоретической и художественной рефлексии, она перестает быть частным случаем, а приобретает статус парадигматического «индикатора» специфической сущности цифровой эпохи, способа концептуализации действительности» [18, с. 90–91].

На рисунке 1.17 показан вариант фрактального дерева. Это 3D-инсталляция канадского скульптора Ж.-П. Морина (Jean-Pierre Morin), выполненная в 2005 г. под названием «Доставая до облаков» («Reaching for the clouds») и скульптурный ответ на образы гравюр японского художника Кацусики Хокусая «Волна», 2006 г. Тобиаса Штенгеля в Дрездене. Характерным приемом, усиливающим восприятие фрактальных модификаций (итераций), является использование «эффекта отражения» в системе зеркальных (в том числе отполированных стальных) поверхностей [18].



Рисунок 1.17 – Фрактальное дерево в Торонто, 2005 г. и «Волна», 2006 г. в Дрездене

На рис. 1.18 показан памятник «Маска скорби» Эрнста Неизвестного на сопке Крутая в Магадане. Памятники такого плана являются «фрактальными паттернами национальной/локальной культурной парадигмы», которые выражают концептуальные идеи своего времени. Это, так называемые, «фрактальные паттерны культурной коммуникации» [18].



Рисунок 1.18 – Эрнст Неизвестный, «Маска скорби» на сопке Крутая в Магадане

Иное направление представляют собой работы Ирландской художницы-скульптора Нуалы О’Донован (Nuala O’Donovan), которая создает оригинальные скульптуры из фарфора, ассоциирующиеся с живыми организмами, им присуща легкость и живописная красочность природных объектов (рис. 1.19).

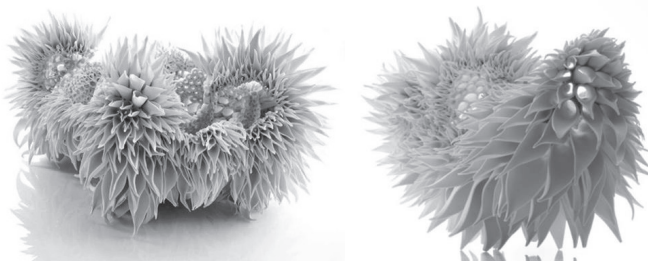


Рисунок 1.19 – Работа Нуалы О’Донован¹²

Вывод:

В современной цифровой культуре фрактальный принцип используется в создании городских памятников и объектах малой скульптуры. Это могут быть геометрические и природные формы и структуры, что позволяет создавать креативные инновации и применять эти технологии в учебном макетировании.

¹² [Электронный ресурс]: URL:

<https://i.pinimg.com/736x/3c/16/9a/3c169afbdc1d1069aa405fddb678249--grid-design-porcelain.jpg>

<https://i.pinimg.com/736x/4f/5a/c1/4f5ac14aad3d1f3a3d78cbf20f5361b0.jpg>

1.7. Фрактальная архитектура и промышленный дизайн

Понятие фрактальности в архитектуре подразумевает, что фрактальные свойства присущи как отдельным сооружениям, так и городской среде в целом.

В. Н. Бабич

В аналитической практике при изучении архитектурных объектов фрактальная геометрия является методологическим средством разработки различных классификаций исторических и современных памятников. В таблице 1.3 приведена классификация основных этапов развития фрактального формообразования в архитектуре [10].

Таблица 1.3 – Этапы развития фрактального формообразования в архитектуре [11]

Этапы развития архитектуры	Исходные формы фракталов	Характер (способ) применения фрактальности	Принципы создания фрактальных форм
1	2	3	4
Историческая (домодернистская) архитектура	Геометрические формы, природные формы	Интуитивный	Скрученность, линейные формы, спиральность, ретикулярность
Модернистская архитектура	Геометрические формы и формы органической природы	Преимущественно интуитивная, с элементами математического моделирования	Ограниченное число повторов
Постмодернистская архитектура	Геометрические, природные формы, синтез природных и геометрических форм	Рациональный, с опорой на новые технологии и исторические стили	Скрученность, линейность, спиральность, метафоричность
От постмодернизма к нелинейной архитектуре	Синтез природных и геометрических форм, антропоморфические элементы	Рациональный с помощью компьютерных моделей, учитывая сложные системы природы	Многомерная скрученность, нелинейные формы, сужения, растяжения, спиральность, ретикулярность, хаос

Так на 1 этапе домодернистской архитектуры в литературе описан интуитивный способ применения фрактальных размерностей, например: Спасская

башня Московского Кремля, Россия (1, рис. 1.20); Парижская опера, Франция (2, рис. 1.20); Собор Василия Блаженного в Москве, Россия (3, рис. 1.20); Храм в Кхаджурахо, Индия(4, рис. 1.20); Собор Саграда Фамилия (Св. Семейства) в Барселоне, фасад (5, рис. 1.20); Мост Тауэр в Лондоне, Великобритания (6, рис. 1.20).



Рисунок 1.20 – Фрактальность архитектурных форм (по В. Н. Бабичу)

По данным специалистов-архитекторов «Храм Василия Блаженного является собой причудливый фрактал золотого сечения, определяемый по меньшей мере восемью коэффициентами. Аккорды золотых пропорций и других фрактальных соотношений создают архитектурную симфонию этого храма» [9, с. 77]. В зданиях эпохи модернизма в XX веке актуализируется проблема интеграции архитектуры и природных форм, что ярко выразилось в стилистике модерна и в «органической» архитектуре. Представителями этого направления считают архитекторов Гропиуса, Райта, в некотором роде Ле Корбюзье, В. Татлина (рис. 1.21), которые активно использовали фрактальные приемы, но сам термин еще не был осознан и не введен в научную и проектную практику.

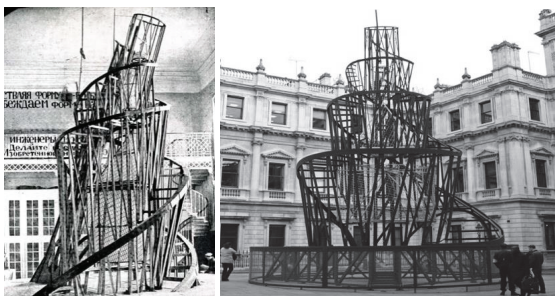


Рисунок 1.21 – В. Е. Татлин, 1919–1920 гг. Спиральная башня
(Памятник III Коммунистического интернационала)

В конце XX века в стилистике постмодернизма широко используются биоморфные метафоры в виде антропоморфных, зооморфных, фитоморфных модификаций и пластичных геоморфных форм. С выходом книг Б. Мандельброта активно развивается новая парадигма творчества на базе фрактальной геометрии и нелинейной динамики. Ярким представителем этого направления является творчество испанского архитектора А. Гауди, который отошёл от правил евклидовой геометрии, симметрии и регулярности.

На рисунке 1.22 Показан Храм Святого Семейства (Саграда Фамилия) Антонио Гауди, в проект которого вложена христианская символика. Она определяет форму плана, количество и высоту башен, всю структуру здания. В интерьере храма вместо готических контрфорсов (вертикальных прямых опор для усиления несущих стен) использованы ветвящиеся конструкции, напоминающие лесные пейзажи.



Рисунок 1.22 – Храм Саграда Фамилия. Архитектор А. Гауди¹³

¹³ [Электронный ресурс]: URL:
https://s0.rbk.ru/v6_top_pics/resized/590xH/media/img/5/87/756146857528875.jpg;
https://s0.rbk.ru/v6_top_pics/resized/590xH/media/img/6/87/756146859014876.jpg

Сегодня нелинейное (топологическое, дигитальное) направление считается одним из перспективных. Его задача – синтез архитектуры и ландшафта, проектирование образа зданий как «живого организма» в эстетике свободной формы. Эта эстетика подкреплена новейшими техниками компьютерного моделирования, что позволяет осуществлять выбор художественно выразительных форм, передовых технологий и новой технической базы. Сформировалось целое направление биоклиматической энергоэффективной архитектуры, одним из ведущих специалистов этого направления считается парижский архитектор Винсент Каллебо. На рисунке 1.23 показан один из его футуристических проектов эко поселения в предместье Нью-Дели. Активно используется фрактальное формообразование в декоре интерьеров и мебели.

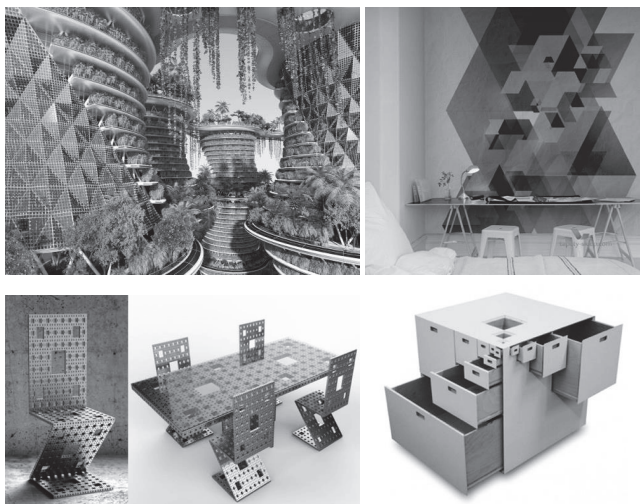


Рисунок 1.23 – Футуристическое эко поселение в предместье Нью-Дели В. Каллебо¹⁴

В рамках футуристического формообразования активно развивается математическое направление как симбиоз фрактального моделирования и цифровых технологий. Отдельные проекты показаны на рисунке 1.24, в ко-

¹⁴ [Электронный ресурс]: URL: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ca6d833aab283c8c78d058d1933913c75b4acbd6-9233044-images-thumbs&n=13> фрагмент интерьера https://idei.club/uploads/posts/2022-03/1648077828_3-idei-club-p-fraktali-v-dizaine-interera-interer-krasiv-8.jpg и проекты мебели https://www.designspb.ru/upload/medialibrary/838/fractal_geometry_06.jpg

торых определяющими являются существенные характеристики фрактальности: самоподобие, алгоритмичность, многомерность, случайность, повторение, незавершенность, бесконечность. Это здание-фильтр для опреснения и нагрева воды солнечными лучами; проект города американских архитекторов Марка Тэлбота и Дэниэля Маркевича; исследовательский центр группы японских архитекторов (Юн Сунг Хсiao, Юко Очаи, Джиа Вей Лиу и Хунг-Лин Хсей).

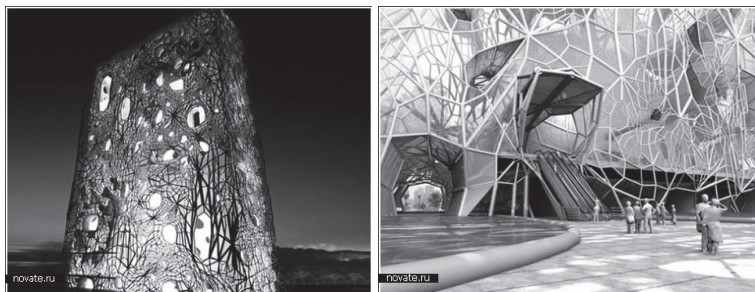


Рисунок 1.24 – Здание-фильтр – пустынная архитектура в Дубаи¹⁵

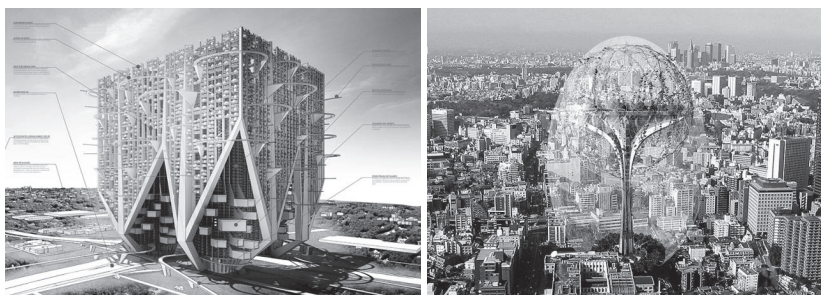


Рисунок 1.25 – Марк Тэлбот и Дэниэль Маркевич.
Проект города в небе Детройта «Монстер Маринетти»¹⁶

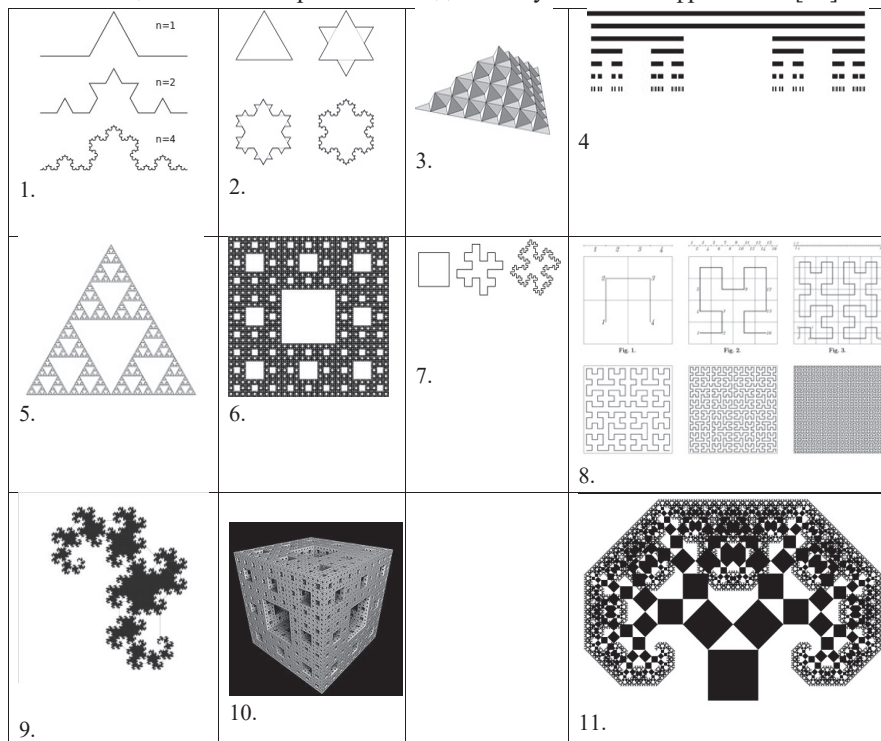
В результате многочисленных исследований в научную практику архитектуры введены методологические подходы, позволяющие оперировать следующими образами и понятиями, представленными в таблицах 1.4–1.6:

¹⁵ [Электронный ресурс]: URL: https://www.designspb.ru/upload/medialibrary/838/fractal_geometry_06.jpg(<http://www.novate.ru/blogs/260210/14194/>)

¹⁶ [Электронный ресурс]: URL: <http://realty.rbc.ru/news/577d254b9a7947a78ce92050/>; Юн Сунг Хсiao, Юко Очаи, Джиа Вей Лиу и Хунг-Лин Хсей (Япония), исследовательский центр http://realty.rbc.ru/news/577d254b9a7947a78ce92050

1. Искусственные фракталы: геометрические, алгебраические и стохастические. Это: кривая Коха (1); снежинка Коха (2); поверхность Коха (3); множество Кантора (4); треугольник Серпинского (5); ковер Серпинского (6); кривая Минковского (7); кривая Пеано (8); дракон Хартера-Хейтуэя (9); губка Менгера (10); Фрактальное дерево Пифагора (11).

Таблица 1.4 – Геометрические модели искусственных фракталов [11]



2. Физические природные фракталы. К ним относятся стационарные фрактальные объекты – поверхности гор, контуры береговых линий водоёмов, выросшие деревья; и нестационарные фрактальные структуры – плывущие облака, турбулентные движения в природе, табл. 1.5.

Таблица 1.5 – Природные фрактальные объекты


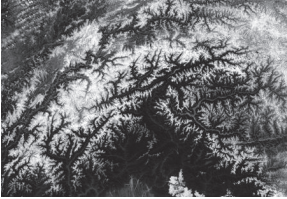




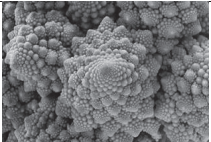
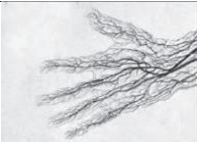



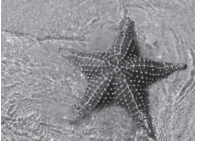

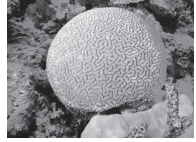
		
Береговые линии	Горные хребты	Молнии
		
Кроны деревьев	Сталактиты, сталагмиты, геликтиты	Морозные узоры

Табл. 1.6 – Природные объекты, обладающие фрактальными свойствами

			
Вид капусты	Система кровообращения	Лист растений	Ананас
			
Морской еж	Морская звезда	Раковины	Кораллы

В исследовательской практике архитекторов большое внимание уделяется сочетанию биологических, природных и геометрических структур сложной пространственной организации, для чего сформулированы следующие принципы фрактальности в объектах архитектуры это:

1. Самоподобие (скейлинг) или масштабный изоморфизм элементов, основная форма которых повторяется в разных масштабах.

2. Единство и разнообразие фрактального ритма: ритмическое сокращение пространства в виде подобных рядов.

3. Целостность объекта в иерархической упорядоченности множества сомасштабных единиц.

4. Степень фрактальной сложности: с изменением масштабов сложность не меняется.

5. Иерархическое взаимоотношение групп фрактальных элементов: сложные структуры сочетают в себе субэлементы разных уровней.

6. Изменения с течением времени/пространства.

На основе этих позиций осуществляется связь между философией художественного и архитектурного творчества и наукой, взаимно обогащая друг друга [10].

Выводы:

1. В архитектурной теории и практике выделяют четыре этапа развития фрактального формообразования: интуитивный, модернистский, постмодернистский, рациональный (нелинейный).
2. В цифровой (дигитальной) архитектуре XXI века осознанно используются геометрические искусственные модели фракталов, физические природные фракталы и природные объекты, обладающие фрактальными свойствами, которые системно определяют типологию композиционных средств и стилистику художественного образа.

1.8. Фрактальная костюмология и костюмографика

При фрактальном подходе хаос перестает быть синонимом беспорядка и обретает тонкую структуру.

Ю. Данилов

1.8.1. Этапы формирования научного направления фрактальной костюмологии и костюмографики

В дизайне костюма переход к фрактальной картине мира только начинается, намечены отдельные попытки теоретически отразить природу этого феномена, что показано в таблице 1.7.

Таблица 1.7 – Этапы формирования научного направления
фрактальной костюмологии

Хронология	Результаты	Источник
2001 Смурова Л. В.	Выявлена и обоснована познавательная ценность фрактальной теории в изучении костюма как: синергетического объекта в рамках нелинейности, визуального хаоса и порядка; Разработана методика количественного анализа уровней гармонизации системы «костюм»	Принципы гармонизации костюма с использованием фрактальной системы. Автореф. Дис. На соиск. Уч. Степ. Канд. Т. Н. М. 2001.
2013 Николаева Е. В.	В рамках культурологического анализа применена концепция фрактальности к анализу модной и стилевой образности в костюме как социокультурном феномене	Статья: Фракталы в дизайнерских коллекциях и социокультурных практиках моды. «Дизайн и технологии», 2013, № 35(77).
2013 Николаева Е. В.	Мода представлена как стохастический/алеаторный фрактал, циклически развивающийся во времени.	Статья: Фрактальная динамика моды / Е. В. Николаева // Общество. Среда. Развитие. – 2013. – № 4(29). – С. 26–30.
2014 Чуприна Н. В., Швец М. А.	Попытка охарактеризовать концепцию нелинейности формообразования объектов моды на фоне таких понятий как: индустрия моды, модные тенденции, модный стандарт, трансформация, деконструктивизм, кинетизм, бионика.	Статья: Нелинейные принципы формообразования костюма как объекта индустрии моды / Н. В. Чуприна, И. А. Швец // Дизайн. Материалы. Технологія. – 2014. – № 2(32). – С. 46–50.

Графический инструментарий фрактальной методологии Бенуа Мандельброта впервые был применен в диссертационном исследовании 2001 г. Л. В. Смуровой к анализу формообразовательных процессов моды европейского костюма новейшего времени. Автором обоснована познавательная ценность фрактала для изучения костюма в рамках фундаментальных понятий синергетики: хаос и порядок, переходные процессы и нелинейность, апробированы методологические возможности применения принципов фрактальной гармонизации при определении бифуркационных процессов, общих для костюма и фрактала.

Показано, что в костюме череда модных смен есть процесс непрерывного самодвижения формы во времени и пространстве, а фрактал – это «движение по самому себе» в направлении роста или распада бесконечно детализируемой структуры. Обе системы имеют общие критерии самоорганизации и

нелинейное графическое изображение иерархизированных структур, что позволило автору успешно адаптировать положения фрактальной теории к области костюмологического знания.

В частности, в рамках синергетических представлений законы гармонии понимаются как универсальный принцип эволюции сложных систем, а фрактальная геометрия является наглядным графическим инструментарием, позволяющим визуализировать сложные процессы формообразования, минуя традиционные аналитические построения евклидовой геометрии. С помощью математического моделирования выявлен уровень фрактальной организации визуальных структур костюма в процессе самоорганизации сложных систем. В результате посредством отождествления процессов формообразования костюма с известными фрактальными моделями и компьютерными технологиями смоделированы тонкие структуры, ранее казавшиеся полным хаосом.

В период 2013–2014 гг. в культурологических исследованиях Е. В. Николаевой актуализируются вопросы моды, динамики ее изменений, стилевых модификаций, пересматриваются известные парадигмы в объяснении циклических закономерностей развития процессов формообразования (стохастическая регулярность) [19].

Исходя из этого предпринимается попытка рассмотреть социокультурный феномен моды как стохастический мультифрактал, объединяющий в себе разные уровни «тиражирования» модных образцов, которые названы фрактальными паттернами (подсистемы разного масштаба). Эти паттерны используются в моде как элементы художественного образа, они заданы «социальной стратификацией», «субкультурными установками» общества, личными поведенческими моделями» индивида и т. д. По мнению автора процесс распространения моды так же носит фрактальный характер на уровнях:

- копирования образцов (итерации) в пределах стилистики тренда;
- копирования образцов (итерации) в пределах торговой марки (бренда).

Каждый бренд имеет набор фрактальных паттернов: фирменный лейбл на каждом изделии, «на каждом кармане джинсов, на каждой пряжке сумки и т. д.», которые сохраняют все стилевые идентификаторы своего бренда. На каждом уровне тиражирования мода меняет свой «локус» в зависимости от назначения вещи, ее функциональной наполненности, национально-региональных особенностей, символических переозначиваний и т. д. и приобретает черты алеаторного (искаженного) поведения.

В результате автор утверждает, что модные образцы определенной эпохи и конкретного социума являются их «художественными репрезентантами» и «концептуальными фракталами». Эти положения дают основание для

комплексного представления о фрактальной концепции моды, что позволяет разрабатывать новые методологические подходы к применению конкретных положений фрактальной геометрии к области модного костюма в его рекламном выражении.

Чуприна Н. В. и Швец М. А. рассматривают индустрию моды как «комплексное явление», которое определяет функционирование «потребительского общества». Проведен анализ принципов нелинейности, опираясь на разработку теории информации и кибернетики (К. Шеннон, Л. Петрушенко, Е. Луценко); техники и проектирования (И. Пригожин, И. Добрицина, Ч. Дженкс, И. Иконников, Э. Лоренс); «виртуализации современного мышления» на примерах дигитальной архитектуры (В. Мироненко, О. Мироненко, К. Крамаренко, К. Бабеев, Р. Гайсина, С. Чечельницкий, творческие группы Greg Lynn Form, United A.). В результате такого изучения сформулированы некие критерии общей концепции нелинейного формообразования по аналогии с архитектурой.

В рамках этой концепции проведен исторический анализ моды, начиная с 1970-х гг. когда складывается «мировоззренческая концепция постмодернизма и потребительского общества» на фоне развития информационных технологий и утверждения принципов нелинейности в проектной культуре. Описывая деконструктивизм 1980-х в архитектуре, проводятся параллели с костюмом, в котором представителями деконструктивизма названы японские дизайнеры Йоджи Ямамото (Yohji Yamamoto), Иссей Мияке (Issey Miyake), Реи Кавакубо (Rei Kawakubo), в коллекциях которых преобладали неординарные формы, разрушающие традиционное понимание «соразмерности одежды и фигуры человека».

В 90-е г. в архитектуре и индустрии моды идет интенсивное освоение информационных технологий, что в корне меняет подходы к определению функциональности и принципам формообразования модной одежды, так как любая немислимая прежде форма относительно легко прочитывается компьютером.

В это время становятся актуальными приемы кинетического формообразования, которые обеспечивают мобильность форм и динамичность элементов. Важное значение приобретает «неожиданность» структурных решений и специфическая «непродуманность» композиции при выявлении функционально-конструктивных свойств формы (рис. 1.26).

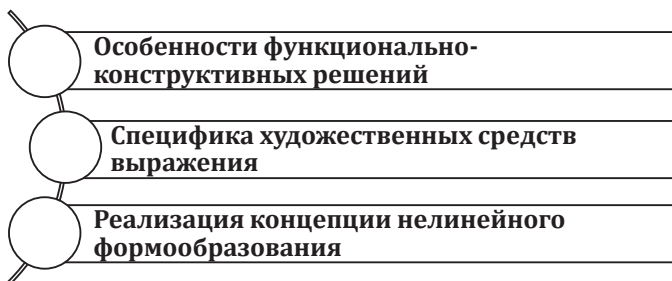


Рисунок 1.26 – Концептуальная схема применения принципов нелинейного формообразования в индустрии моды 1990-х гг. (авторская разработка)

В этой преднамеренной как-бы случайности выявляется особая специфика художественных средств выражения, которые обеспечивают разнообразие эстетического восприятия, когда «структурная упорядоченность» формы костюма является «временным явлением», всегда готовым к трансформации.

Прообразами нелинейного формообразования становятся такие направления как: бионика, дигитальность, лендоморфизм, зооморфик, органитек и др.

1.8.2. Развитие фрактальных идей в проектной практике

...фрактальное искусство вышло на уровень эстетической арт-практики.

Е. В. Николаева

В информационном поле моды появление фрактальных идей исследователи связывают с развитием цифровых технологий, позволяющих воспроизводить рисунки различной сложности. Для большей наглядности в таблице 1.8 систематизирован имеющийся перечень авторских набросков художников и дизайнеров-фракталистов, отражаемые в рекламе, начиная с 1980 г.

Первым таким опытом считают модели мужских рубашек американского дизайнера Джейн Барнс, которая использовала компьютерные программы для разработки орнаментальных композиций (паттернов).

Таблица 1.8 – Развитие фрактальных идей
в проектной практике дизайнеров [19]

Период, автор	Проект
1980, американка Джейн Барнс	Коллекция мужских рубашек с фрактальными узорами, выполненными с помощью специальных компьютерных программ
2007, К. Диор	Пальто, расписанное по рисунку «Большой волны» Хокусая
Марк Ньюсон	Фрактальные украшения из драгоценных камней
Французская компания Miette	Фрактальная бижутерия
Мартин Гарденер	Специальная техника фрактальной вышивки
М. Доброжевич, Дафна	Фрактальные рисунки в качестве принтов для одежды
2009, Лена Карин (Россия)	Коллекция «Фрактальный маятник»
2010, Нэнси Маргрид (Индонезия)	Специальное программное обеспечение для автоматического перевода рисунка для батика во фрактальную математическую формулу
2012, Лиза Шахно (Россия)	Коллекция «Итерация»
2012, Сингапур	Показ мод китайского модельера Гуо Пэйя: зеркальная поверхность подиума и декорации зала создают дополнительные «фрактальные рекурсии»

В 2007 г. в коллекции К. Диора демонстрируется пальто, расписанное на тему «Большой волны» К. Хокусая, широко применяются фрактальные паттерны в коллекциях европейских дизайнеров: австралийско-британский дизайнер Марк Ньюсон (Marc Newson) и французская компания Miette разрабатывают фрактальную бижутерию, а Мартин Гарденер (Martin Gardener) работает в теме фрактальной вышивки. Как отдельное направление создаются фрактальные принты для одежды (дизайнер М. Доброжевич (Milan Dobrojevic) и программное обеспечение (Nancy Margried из Индонезии и ее коллеги). В показе коллекции китайского модельера Гуо Пэйя идея фрактальности становится генеральной, она определяет собой сами модели и общую композицию рекламного обращения [19].

Из российских авторов в этом направлении работают дизайнеры Лена Карин (коллекция «Фрактальный маятник», 2009) и Лиза Шахно (коллекция «The Iteration», 2012), которые экспериментируют с кроем, повторяя базовые элементы в разных масштабах (рис.1.27). Общий характер фрактального формообразования передает реклама современных 3-D моделей платьев.



Рисунок 1.27 – Варианты фрактальных решений дизайнеров Лены Карин и Лизы Шахно и современные 3-D модели платьев¹⁷

На рисунке 1.28 показаны варианты фрактальной костюмографии в работах студентов в теме «Женщина в современном городе».



Рисунок 1.28 – Вариант фрактальной костюмографии (студ. работы, рук. Петушкова Т. А.)

¹⁷ [Электронный ресурс]: URL: https://indiastyle.ru/files_ru/editor_uploads/articles_img/fraktaly/fraktaly-ornament.jpg; https://indiastyle.ru/files_ru/editor_uploads/articles_img/fraktaly/fraktaly-figura.jpg

Выводы:

1. В костюмологическую теорию введены понятия фрактальности и фрактальной гармонизации рекламных фотообъектов моды наиболее известных европейских брендов. Показана роль компьютерных технологий, объясняющая высокий уровень композиционной организации рекламного образа.
2. В проектной практике модной индустрии идеи фрактальности и нелинейного формообразования осмысленно применяются в качестве характеристики функционально-конструктивных узлов конкретных моделей, художественно-эстетических и стилевых вариациях коллекций одежды, 3-D моделировании и компьютерном форматворчестве в образовательном процессе.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Вопросы к разделу 1.1. Методологические подходы к рассмотрению ВГК МБ

1. Какие методологические подходы применимы к рассмотрению ВГК МБ?
2. Как влияет личность основателя МБ на его образное восприятие?
3. В чём специфика рекламного представления МБ?

Вопросы к разделу 1.2. Направления развития фрактальной методологии в современной культуре

1. Какие сущностные характеристики отличают фрактальную композицию?
2. Назовите самую раннюю фрактальную композицию в изобразительном искусстве.

Вопросы к разделу 1.4. Фрактальная живопись

1. Как отражены идеи русского символизма и модерна во фрактальных композициях М. Чюрлениса?
2. Как выражено понимание «земного и космического бытия» во фрактальных композициях Н. Рериха?
3. Как выражена «идея фрактального кода природы» в работах П. Филонова?
4. В чем отличие работ В. Кандинского? Как распределены элементы композиции в выбранном формате?
5. В чем особенность фрактальных построений в живописи А. Лентулова?
6. Как выражено понимание «упорядоченного хаоса» во фрактальных композициях немецкого художника Пауля Клее?
7. В чём специфика фрактальных композиций в работах Сальватора Дали?

8. В чём особенности фрактальных композиций в работах М. Эшера? Почему его считают предтечей художников-фракталистов?

Вопросы к разделу 1.5. Фракталы в графическом дизайне

1. В чём особенность фрактальных композиций цифрового художника и фотографа В. Рибаса?
2. Какие принципы и приемы фрактального формообразования используются в современной компьютерной графике?
3. В чём проявляются черты экологичности в современной компьютерной графике?
4. Как сохраняются традиционные фрактальные принципы в современном графическом дизайне? Привести примеры.
5. Как используются исторические стили во фрактальных композициях современного графического дизайна? Привести примеры.

Вопросы к разделу 1.6. Фракталы в современной скульптуре

1. Каковы возможности современных компьютерных технологий в создании фрактальных скульптурных объектов?
2. Каковы возможности использования принципов фрактального формообразования в создании трехмерных макетов в учебном проектировании?
3. Каковы возможности использования принципов фрактального формообразования в создании 3D композиций современного графического дизайна?
4. Каковы возможности использования природных мотивов в создании оригинальных авторских проектов в учебном проектировании?
5. Каким образом фрактальные принципы и приёмы повлияют на развитие вашей креативности?
6. Что означает выражение «фрактальные паттерны культурной коммуникации»? Что они выражают?

Вопросы к разделу 1.7. Фрактальная архитектура

1. Какие памятники архитектуры относят к интуитивному использованию фрактальных принципов самоподобия?
2. Какие архитектурные объекты испанского архитектора А. Гауди можно считать фрактальными?
3. В чем перспективность нелинейного (топологического, дигитального) направления формообразования в архитектуре?
4. Какова роль компьютерных технологий в моделировании нового образа современной архитектуры, её футуристической направленности?
5. Какие фракталы названы геометрическими?

6. Какие фракталы названы алгебраическими?
7. Какие природные объекты обладают фрактальными свойствами?

Вопросы к разделу 1.8. Фрактальная костюмология и костюмографика

1. Какова история развития фрактальной костюмографии в аналитической и творческой деятельности?
2. В чём разница классического подхода евклидовой и фрактальной геометрии?
3. Каковы пути развития фрактальной методологии в костюмологии в целом и костюмографике в частности?
4. В чём суть фрактальной костюмографии?
5. Какие особенности использования рекламной фотографии в дизайне костюма?

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Задания к разделу 1.4. Фрактальная живопись

1. Проанализировать композиционную структуру древних космогонических орнаментов и подобрать аналоги в современной проектной культуре.
2. Систематизировать гравюры японского художника Кацусики Хокусая и проанализировать их композиционную структуру.
3. Систематизировать живописные композиции М. Чюрлениса и зафиксировать фрактальные конструкции.
4. Систематизировать живописные композиции Н. Рериха и выявить фрактальные конструкции.
5. Систематизировать живописные композиции П. Филонова и выявить их фрактальные особенности.
6. Систематизировать живописные композиции В. Кандинского и выявить их фрактальные особенности.
7. Проанализировать фрактальные композиции А. Лентулова и определить их стилистические особенности.
8. Проанализировать фрактальные композиции немецкого художника Пауля Клее и определить их особенности как выражение динамической «мобильности космоса» и рождения новой формы.
9. Найти и проанализировать фрактальные композиции в работах Сальватора Дали, определить их специфику.
10. Проанализировать фрактальные композиции М. Эшера по принципам:
 - 1) уменьшения размера фигур от периферии к центру и наоборот;

- 2) смещения различных форм самоподобия;
- 3) определения вариативности таких построений в его творчестве.

Задания к разделу 1.5. Фракталы в графическом дизайне

1. Систематизировать варианты фрактальных композиций цифрового художника и фотографа В. Рибаса. Определить его творческий почерк и способы построения композиций.
2. Систематизировать варианты фрактальных композиций в современном графическом дизайне.
3. Выявить черты экологичности во фрактальных композициях современного графического дизайна.
4. Подобрать и проанализировать фрактальные композиции, сочетающие традиционные и современные формы в графическом дизайне.
5. Подобрать и проанализировать фрактальные композиции, использующие «технологические инновации и дерзость 1920-х годов» в современном графическом дизайне.
6. Определить возможности использования исторических стилей во фрактальных композициях современного графического дизайна.

Задания к разделу 1.6. Фракталы в современной скульптуре

1. Найти и систематизировать примеры фрактальности скульптурных объектов в отечественной и мировой практике.
2. Свести найденные примеры в таблицу как наглядную программу использования принципов в своей творческой практике.
3. Выполнить объемный макет по теме графического дизайна, например, логотипа или шрифтовой композиции, используя фрактальные принципы: самоподобия, динамичности, алгоритмичности, нелинейности, бесконечности.

Задания к разделу 1.7. Фрактальная архитектура

1. Систематизировать памятники интуитивного использования фрактальных принципов самоподобия в отечественной и мировой культуре.
2. Найти и систематизировать в табличной форме объекты испанского архитектора А. Гауди и выявить фрактальные приемы формообразования.
3. Найти и систематизировать в табличной форме объекты французского архитектора В. Каллебо и выявить фрактальные приемы формообразования.
4. Найти и систематизировать в табличной форме примеры футуристического формообразования как симбиоз фрактального моделирования и цифровых технологий.

5. Освоить геометрические модели искусственных фракталов.
6. Привести примеры алгебраических фракталов в архитектурных объектах.
7. Систематизировать примеры природных объектов, обладающих фрактальными свойствами?

**Задания к разделу 1.8. Фрактальная костюмология
и костюмографика**

1. Систематизировать примеры фрактального формообразования в рекламной фотографии костюма как специфической сферы графического дизайна.
2. Выявить смыслообразующие положения «модной фигуры» в пространстве рекламного фотокадра.

ГЛАВА II. ФРАКТАЛЬНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ВГК МБ

Когнитивный, индивидуальный, креативный стиль – это фрактал.

Ю. С. Степанов, Т. Г. Галушко

2.1. Фрактальные метафоры и ВГК

Для создания механизма узнавания фрактала Мандельброт пользуется методами аналогии компьютерной визуализации, перечислением сходных, по его представлениям, предметных областей, применяя метафоры.

Ю. Данилов

Цель раздела: используя опыт архитектурной аналитики по использованию языка фракталов, апробировать возможность применения фрактальных моделей в качестве метафор к анализу ВГК МБ. Это можно рассматривать как практику научного применения положений фрактальной геометрии к объектам рекламы.

Непосредственная задача:

1. Провести сравнительную характеристику конкретных фрактальных моделей, используемых в архитектуре и ВГК МБ.

2. Систематизировать рекламно-графический материал известного модного бренда и разработать его фрактальную классификацию.

В определении дизайнеров метафора является «художественным языком, благодаря которому можно вести диалог в материальной культуре, понимать, что говорит предмет и создавать новые предметы, способные передавать художественную информацию потребителю» [8, с. 140]. Кроме того, «Метафорическое понимание... есть работа аппроксимирующей оценки, шкалирования и сравнения одинаковых и различных элементов художественных образов» [24, с. 52].

Философы считают, что фрактальность является самой емкой метафорой, которая позволяет рассматривать сложные процессы мышления как «статистику метафорических моделей и динамику моделей познания». Это тот феномен, в котором проявлена «диалектика целого и частного, общего и специфического, целостного и расщепленного» [31]. Нами используется мысль, сфор-

мулированная в эпиграфе Ю. С. Степановым и Т. Г. Галушко: визуально-графические коммуникации модного бренда (ВГК МБ) представляют собой «когнитивный, индивидуальный, креативный стиль» автора-основателя бренда, которые сами по себе и есть фрактал.

Выводы:

1. Математические фрактальные модели используются в качестве визуальных метафор, как рабочий инструмент классификации ВГК, в которых оценивается рекламируемая модель и фоновое заполнение.
2. Визуальная оценка фотоматериалов известных культовых брендов мировой моды представляется важнейшей задачей по изучению приемов создания художественных образов большими мастерами.

2.2. Верификационное моделирование фрактальных метафор ВГК МБ

Целью раздела является отыскание фрактальных моделей на материале архитектурных проектов и рекламных образцов моды.

В примере рисунке 2.1 показан процесс последовательного математического построения фрактальной модели «Треугольник Серпинского» (табл. 1.4), предложенного в 1916 году польским математиком Вацлавом Серпинским. Её фрагмент в виде центрального ромба лежит в основе композиционной структуры спроектированного Норманом Фостером здания на Манхэттене Хёрст-тауэр (Hearst Tower). Ниже показан пример объекта дизайна В. Каллебо. Этот же принцип использован в рекламных проектах Пако Рабана.

В примере рисунке 2.2 показано построение геометрической фрактальной модели «Кривая Коха», названная по имени автора, шведского математика Нильса Фабиана Хельге фон Коха (1904 г.). По этому принципу исследователи определяют особенности формообразования крипты колонии Гуэль А. Гауди с его дробными, ломаными контурами. Принцип самоподобия во все более измельчающихся объёмах здесь является образной характеристикой целостного объекта.

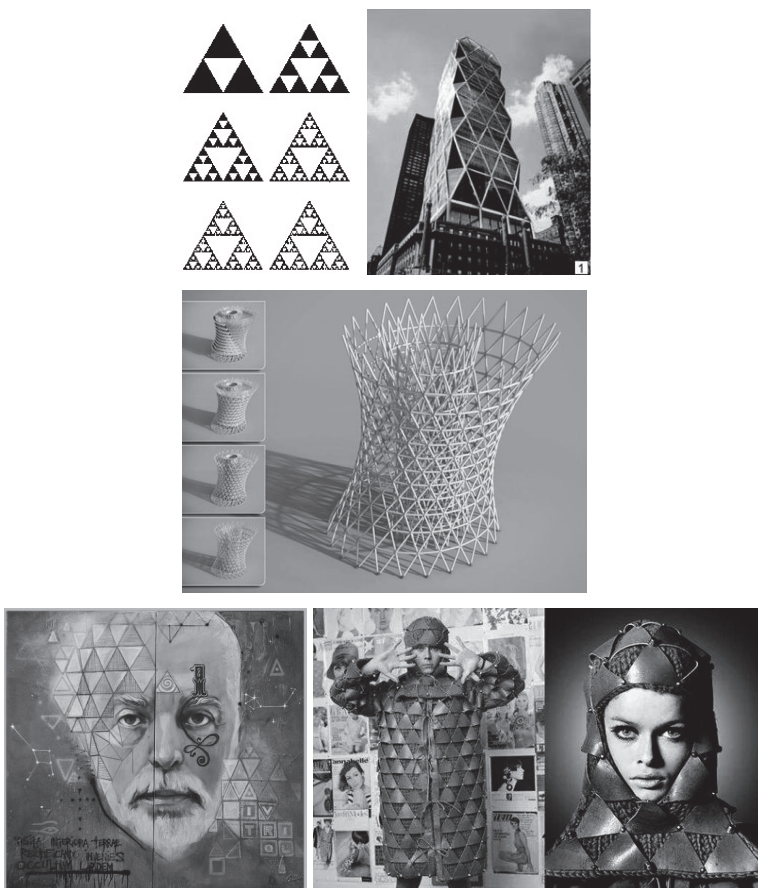


Рисунок 2.1 – Норман Фостер: Хёрст-тауэр (Hearst Tower) на Манхэттене; проект В. Калебо; рекламные проекты Пако Рабана¹⁸

Модель «Кривая Коха» может служить визуальной метафорой при оценке рекламной ВГК МБ «Com des Garçons» (Япония, 2013 г.). Композиция кадра строится на бесконечном повторении исходной формы треугольника, контрасте доминирующих моделей и фона, их масштабной сопоставимости, угловатой пластике теней на подиуме. Эта же модель является темой для компьютерного моделирования силуэтов одежды в учебном проектировании.

¹⁸ [Электронный ресурс]: URL: http://probauhaus.ru/wpcontent/uploads/2018/12/Hearst-Tower-ProBauhaus.ru_9-1024x768.jpg;
<https://i.pinimg.com/736x/8e/f0/54/8ef054f745b7c98359fe94646c9728cf--paco-rabanne-photo-manipulation.jpg>
<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=18ce74b8443851bbd1282dcb6baf5a4f0f2c3d45-4729597-images-thumbs&n=13>

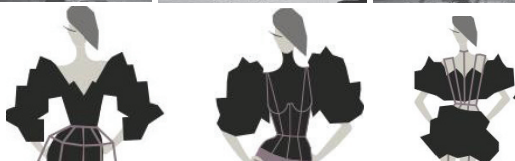
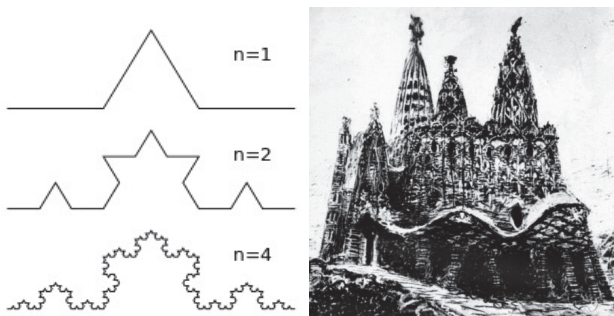


Рисунок 2.2 – Крипта колонии Гуэль, А. Гауди (1913 г.); рекламная композиция МБ «Com des Garçons» 2013–2015 г.,¹⁹ варианты костюмографии (студ. работа, рук. Петушкова Т. А.)

В примере рисунка 2.3 рассмотрена фрактальная модель «Поверхность Коха» в сочетании с моделью «Треугольник Серпинского», которые проявлены в оформлении проекта В. Каллебо в теме «Футуристическое эко». Эти метафоры четкого геометризма удачно контрастируют с природным окружением, что является новым направлением современной архитектуры. Ниже приведен бумажный макет учебного проектирования, в котором варьируются масштабные характеристики исходной формы.

¹⁹ [Электронный ресурс]: URL:

<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=c9a036b824cd3ea7d5ab1facb2080a69-4592763-images-thumbs&n=13>

<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=795d7346dcb0440bd516ebce59cf0b28feda880-10151263-images-thumbs&n=13>

<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=cca4e19d2c9c8666ed28659d18cd23cd113e3579-10448622-images-thumbs&n=13>

В моделях одежды из коллекции Chanel фрактальная модель «Поверхность Коха» может служить удачной метафорой при описании поверхностей блестящих накидок, простеганных и подсвеченных определенным образом.



Рисунок 2.3 – Фрагмент футуристического экообъекта В. Каллебо; макет конструкции среднего бъекта; световое акцентирование фактуры одежды из коллекции МБ «Chanel» (2019/2020 г.)²⁰

В примере рисунке 2.4 рассмотрена фрактальная модель «Ковёр Серпинского», на основе которой можно характеризовать инновационный проект

²⁰ [Электронный ресурс]: URL: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ca6d833aab283c8c78d058d1933913c75b4acbd6-9233044-images-thumbs&n=13>; https://www.designspb.ru/upload/medialibrary/c82/fractal_geometry_03.jpg

«Растущий небоскреб» (архитекторы Ю Хао Лю, Руи Ву, Канада) и фактурно-цветовое решение в рекламном проекте ВГК МБ «Com des Garçons». Последний отражает период нестабильности в структуре текстильного орнамента, его дробности, органично переходящую в фоновое окружение и подчеркиваемое модными инновациями в фотографии. На фоне общего хаоса порядок достигается вертикалью фигур и их относительной симметрией.

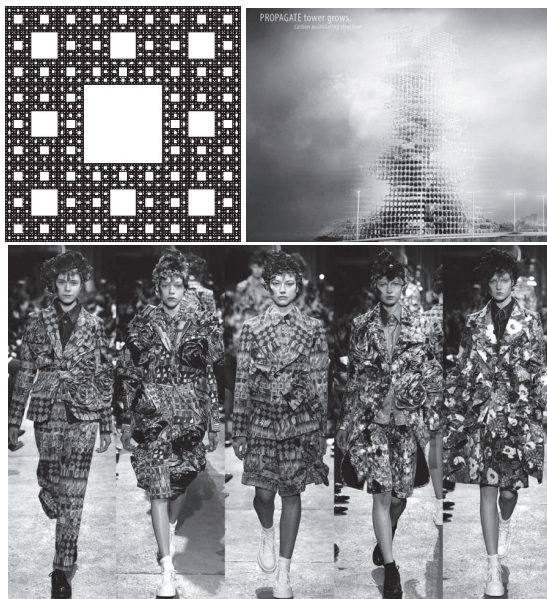


Рисунок 2.4 – Ю Хао Лю, Руи Ву. Инновационный проект «Растущий небоскреб», (Канада); рекламный проект ВГК МБ «Com des Garçons»²¹

Выводы:

1. Понимая рекламные объекты моды как социокультурный феномен, мы с полным правом принимаем новую парадигму фрактального формообразования, дополняющую классические положения теории композиции.
2. В этом плане «фрактальная рефлексия» становится способом разработки новой «познавательной практики» по созданию языка фрактальной фотографии.

²¹ [Электронный ресурс]: URL: https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ed8645272697621fa8e2ee6d004fac51da8ff1a2-10705627-images_thumbs&n=13(<https://i.pinimg.com/originals/98/a1/16/98a11643f8ae261c05fcee14c9c5daa8.png>.)

3. Использование фрактального языка в формообразовательной дизайнерской практике позволяет расширить поле проектного мышления и рассматривать «хаотические» решения, не вмещающиеся в определения евклидовой геометрии и теории композиции, как упорядоченные структуры нелинейного свойства и нового уровня сложности [24, с. 52].

2.3. Маркетинговые характеристики модного бренда

Стиль есть фрактал.

Ю. С. Степанов

Для разработки маркетинговых характеристик модного бренда выбраны рекламные материалы визуально-графических коммуникаций модного дома «Chanel» как одного из старейших брендов в мире моды, основанного в 1909 г. Компания «Chanel» бережно хранит богатые традиции и создает на их основе особую атмосферу, которая способствует успешности ведения бизнеса.

В основу концепции стратегического маркетинга дома заложена история основательницы модного бренда, Габриэль Шанель. Вектором его развития является капитализация бренда и создание устойчивой репутации на рынке. На протяжении всей истории функционирования бренда формировалась его современная модель, которую определяют следующие позиции:

- сезонные показы новых коллекций, поддерживаемых инструментами PR;
- узнаваемый дизайн упаковки продукта, цветовые решения, фирменная ткань;
- скрупулезный контроль качества продукции;
- наличие продуктов-символов;
- использование дизайнера и моделей, как PR лиц бренда;
- оформление флагманских бутиков;
- продуманный мерчандайзинг;
- ценообразование.

Среди ключевых составляющих образа бренда «Chanel» – свобода, стабильность, уникальность, популярность, постоянная работа над имиджем, использование инноваций и непрекращающееся развитие компании, которая базируется на производстве модной одежды и обуви, косметики и парфюмерии, украшений и аксессуаров.

Потребители продукции модного бренда «Chanel» – это аудитория, которой важны имя и статус, принадлежность к определенному социальному

слою, что позволяет реализовывать продукцию по премиум-ценам, осуществляя значительную наценку. Бернар Арно, исполнительный директор LVMH, мирового лидера люксовых марок, перечисляет следующие факторы успешности бренда: качество товара; творчество; имидж; дух компании; энергичные усилия для обновления и построения конкурентной стратегии [12–13].

Концептуальное постоянство бренда «Chanel», его уникальность поддерживается за счет особого имиджа, легенд, рекламы и товарной политики. Основные каналы коммуникации с целевой аудиторией – товарная и рекламная политика, фирменные бутики, событийный маркетинг и PR. В коммуникативной политике бренд пытается передать основные черты и идеи своей компании, сохраняет традиции, подстраиваясь под своего потребителя.

В коммуникациях с потребителями бренд использует следующие виды рекламы: рекламу в бутиках, печатные СМИ, наружную рекламу, телевизионную рекламу, интернет. В политике продвижения своей продукции Шанель изначально сделала ставку на метод создания легенд и мифов, используя знаменитые лица. Для рекламы компания выбирает «звезд», соответствующих концепции производимых коллекций. Для продвижения бренда «Chanel» широко используют нетрадиционные и инновационные способы и инструменты.

Исходя из этих данных, на рисунке 2.5 построена пирамида идентичности бренда «Chanel» по Ж. Капфереру [11], которая показывает отношение к бренду как авторитетной марке; демонстрирует его эксплуатационные качества, имидж, культовый статус и узнаваемость, что удовлетворяет всем условиям позиционирования сильного бренда.



Рисунок 2.5 – Пирамида идентичности модного бренда «Chanel» (авторская разработка)

1. В схеме на рисунке 2.6 представлены основные маркетинговые уровни знаковости бренда: утилитарный, коммерческий, социокультурный и мифический [5, 23, 25, 32].



Рисунок 2.6 – Знаковый статус бренда «Chanel» (авторская разработка)

Таким образом, выбранный нами МБ «Chanel» удовлетворяет 5 основным позициям знаковости сильного бренда по Филиппу Котлеру:

1. МБ «Chanel» указывает на определенные характеристики и стилевые особенности товара.
2. МБ «Chanel» вызывает ассоциации с одним или несколькими ключевыми преимуществами перед другими брендами.
3. МБ «Chanel» отражает ценностные позиции компании.
4. МБ «Chanel» воплощает конкретный визуальный образ элегантности.
5. МБ «Chanel» ассоциируется со своей целевой аудиторией.

В данном контексте бренд в сфере искусства костюма и моды понимается как «широко известная и обладающая устойчивой и сильной положительной коммуникацией с покупателем торговая марка», которая имеет «индивидуальный стиль», признанные «эстетические особенности», отражающие «прогрессивные тенденции культуры» своего времени. В более широком смысле «бренд – это система символов – идентификаторов любого объекта, повсеместно известного и прочно закрепленного в массовом сознании» [5, 32].

Исходя из приведенных данных рекламные материалы визуально-графических коммуникаций МБ «Chanel» рассматриваются как один из базовых вариантов представления в коммуникативном пространстве культуры.

2.4. Уровни фрактальной организации ВГК МБ

Современный костюм с рекламной информацией является сложным системным объектом дизайна.

И. Н. Стор

Условимся считать, что процесс обмена информацией в цепочке «рекламный продукт – реципиент» удовлетворяет условию, показанному на рисунке 2.7.

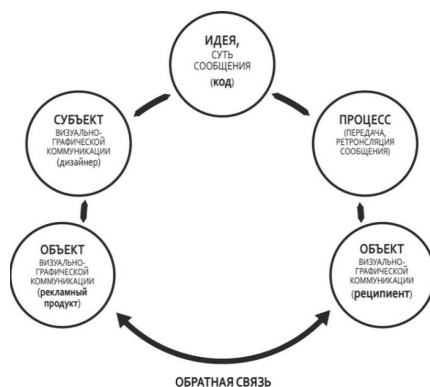


Рисунок 2.7 – Процесс обмена ВГК в цепочке «рекламный продукт – реципиент» (авторская разработка)

Для построения методологической базы изучения ВГК МБ «Chanel» использован комплексный подход, разработанный И. Н. Стор, который опирается на отдельные положения теории графического дизайна и рекламы, теории текстиля и орнамента и теории костюма, рис. 2.8. [26].



Рисунок 2.8 – Теоретические основания для построения методологической базы изучения ВГК МБ по Стор И. Н. (авторская разработка)

Для систематизации эмпирического материала ВГК МБ «Сnanel» соблюдены принципы автономности, стадийности, обобщения и унификации, при которых фрактальная модель является общим графическим средством представления любых элементов рекламно-графического материала моды, рассмотренного в такой последовательности:

1. Систематизация и классификация приёмов композиционного формообразования ВГК МБ «Сnanel» в системе «Костюм-текстиль-орнамент» на основе фрактальных моделей.
2. Систематизация и классификация приёмов композиционного формообразования ВГК МБ «Сnanel» в системе «Костюм-аксессуары» на основе фрактальных моделей
3. Систематизация и классификация приёмов композиционного формообразования ВГК МБ «Сnanel» как целостной системы «Костюм-фон» на основе фрактальных моделей. Фон понимается как средовой объект, усиливающий основную идею рекламируемых моделей.

2.4.1. Фрактальные системы «Костюм-текстиль-орнамент» ВГК МБ

Рекламный графический дизайн изделий текстильной и легкой промышленности – одна из динамично развивающихся «ветвей» коммуникативного графического дизайна.

И. Н. Стор

Для разработки классификации композиционного формообразования в системе «Костюм-текстиль-орнамент» используются такие типы смыслообразования как синонимия и метонимия, а также, принцип лаконичности, позволяющие выделить из множества элементов существенную для рекламного обращения информацию. Методологической базой рассмотрения являются теория костюма и теория текстиля и орнамента.

Выбран период моды 2000–2018 г., отражающий наиболее характерные черты постмодерна, частично выраженные в цитате: «...наука и эстетика согласны в том, что именно теряется в технических объектах по сравнению с природными: роскошь некоторой нерегулярности, беспорядка и непредсказуемости. Понимание этого может здорово помочь нам в том, чтобы придать человеческое лицо технологии, от которой все больше зависит наше выживание» [20, с. 160]. Исследованы материалы коллекций по каждому году, в общей сложности проанализировано более 500 образцов.

Результаты экспериментального исследования представляют собой электронный каталог фрактального формообразования в количестве 36 страниц (рис. 1–36., приложение А), в котором систематизированы структуры двух систем – «Костюм-текстиль-орнамент» и «Костюм-аксессуары».

2.4.2. Геометрические фрактальные структуры

Фрактальная модель «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя»

На рисунках 1–6 приложения А систематизированы примеры фрактального формообразования на основе модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя». Сюда входят: текстильный орнамент, композиционная структура аксессуаров в виде украшения на поясе платья, завитков браслета, рисунка чулок, локонов причёски, формообразующих элементы сумки, деталей декора и формы каблука в обуви. Эта модель вызывает ассоциации с высокими стилями искусства, роскошью, изыском, является сквозным рекламным приёмом и сохраняет признаки фрактальности: самоподобие, единство и разнообразие фрактального ритма, целостность композиции из самоподобных элементов, степень фрактальной сложности.

Фрактальная модель «Ковёр Серпинского»

На рисунках 7–10 приложения А объединены примеры текстильного орнамента в клетку самого разного ассортимента платьево-костюмной и пальтовой групп. Согласно данным теории костюма о циклической смене в моде формообразующих параметров в текстильном орнаменте, здесь просматриваются общие тенденции циклического развития: варьирование масштабов, фактуры, степени сложности мотива, плоскостного или объёмного решения и т. д.

На рисунках 11–14 приложения А представлено фрактальное формообразование аксессуаров костюма. Это сумки из самых разных материалов, украшения, обувь, оправа очков – всё вписывается в квадратную структуру.

На рисунках 13–14 приложения А выделены примеры, в которых формообразование переходит в ромбическую структуру, близкую к модели «Треугольник Серпинского». Широко применяется комбинация этих двух моделей.

Фрактальная модель «Снежинка и поверхность Коха» (рис. 15–16, приложение А). Эта модель характеризует текстильный орнамент в самых разных модификациях, сохраняя принцип фрактальности в пространственно-временном контексте. Модель характеризует пластику формообразующих элементов сумок, придавая им скульптурную выразительность.

2.4.3. Природные геометрические структуры

«Кристаллы»

В этой группе систематизированы ювелирные украшения, пластика которых метафорически сопоставима с растущим кристаллом (рис. 17–19, приложение А).

«Сталактиты, сталагмиты»

В этой группе представлена фрактальная классификация аксессуаров, объединяемых вертикальным ритмом организованного множества исходных первоэлементов – знаков в виде кругов, колосьев, звеньев цепочек и т. д. (рис. 20–23, приложение А).

2.4.4. Биоморфные природные структуры

Далее систематизированы примеры, классифицируемые на основе природных биоморфных фракталов. К ним отнесены: листья и цветы растений, система кровообращения, кроны деревьев и т. д. В дизайнерской практике это рассматривается в рамках бионического подхода, а в плане метафорических переносов такие модели используются в двух вариантах: внешнего заимствования природной формы и её внутренней структуры [8]. Оба эти приёма применимы к систематизации элементов вышивки, ювелирных украшений, цепочек, брошей, сумок, обуви.

На рисунках 24–27 (приложение А) представлен ряд аксессуаров, в котором основной мотив стилизован в плоскость и объём. Внутреннее заполнение круглыми элементами в ювелирных украшениях, комбинация с бантами, повторение структуры цветка в сочетании с драгоценными камнями или просто рисунок на сумке, перфорированном материале обуви, драгоценной вышивке на ткани, принтах – всё говорит о роскоши, женственности, изыске, которые составляют содержательную установку бренда.

«Роза», «Камелия»

Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Роза» или «Камелия» – символ любви. Как видим, природная пластика цветка метафорически используется как в его внешнем образе, так и в структурной стилизации мотива, которая реализуется в объёмных и плоских вариантах, в зависимости от моды. Самые разные материалы рассказывают об изысканной элегантности, бесконечной женственности этого знака – образа на протяжении рассмотренного периода в сочетании с классикой клетки и рисунка «пье-де-пуль» (рис. 28–29, приложение А).

«Листья растений», «Система кровообращения», «Кроны деревьев»

К этой группе фракталов отнесены варианты метафорической образности, проявленной в рисунках тканей. Она используется как в самих фитоморфных мотивах и их разнообразной геометрической стилизации, так и в композиционной структуре мотива, углах расхождения линий от единого начала (точек бифуркации). Эта модель приемлема и для характеристики конструктивных элементов костюма, углом сходящихся в одной точке. Далее систематизированы примеры фрактальной композиции этого типа, используемой в структурной разработке аксессуаров: ювелирных украшений, мотивах вышивки. Композиционными элементами, наполняющими и дополняющими структуру мотива, являются стилизованные элементы пятилистника и круга разного масштаба (рис. 30–32, приложение А).

«Морские ежи»

К этой группе фракталов отнесены варианты метафорической образности, проявленной в композиционной структуре головных уборов, причёсок, ювелирных украшений, решённых в плоскости и объёме. Их объединяет общий принцип роста из одного центра и остроугольность формообразующих элементов, подобно иголкам исходной модели (рис. 33, приложение А).

«Листья ананаса», «Рыбья чешуя»

К этому классу фрактальных моделей отнесены примеры оформления поверхности формы одежды, в которых отдельные «чешуйки» структурируются по известному прототипу, расширяя границы метафорической образности (рис. 34, приложение А).

«Морская звезда», «Комета»

К этой группе фракталов отнесены варианты метафорической образности, проявленной в композиционной структуре ювелирных украшений бренда «Сhanel». Символическое значение этого знака связывают с идеей божественного начала (рис. 35, приложение А).

«Спираль»

Эта структура варьируется в самых разных вариантах текстильного орнамента, вызывая образы то растительных, то геометрических форм в их элегантно роскоши и изысканности (рис. 36, приложение А).

Проведенная классификация позволила значительно расширить арсенал композиционных приёмов и средств анализа фотографических коммуникаций,

а также проследить эффективность применения принципа обобщения и унификации, когда выбранная в качестве семиотического базиса фрактальная модель, является общим унифицированным (классификационным) средством представления любых элементов рекламного образа: костюма, текстильного орнамента, ювелирных украшений, аксессуаров.

Выводы:

В рекламных коммуникациях МБ «Chanel» в качестве образных метафор системы «Костюм, текстиль, орнамент» используются: геометрические фрактальные структуры («Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя», «Ковёр Серпинского»); природные геометрические структуры («Кристаллы», «Сталактиты, сталагмиты»); биоморфные природные структуры («Пятилистник», «Роза», «Камелия», «Листья растений», «Система кровообращения», «Кроны деревьев», «Морские ежи», «Листья ананаса», «Рыбья чешуя», «Морская звезда», «Спираль»).

2.5 Фрактальные системы метонимических (фрагментарных) структур ВГК

Мода проходит, стиль остаётся.

Г. Шанель

Фрагментарное построение ВГК МБ широко применяется в рекламе моды и может быть рассмотрено как специфический «арт-объект», в котором закодирована стилевая программа бренда.

Методика исследования построена на выявлении принципа самоподобия исходных элементов-знаков или стилизованных идентификаторов, отражающих предпочтения бренда.

Так в примере таблицы 2.1 (фрагмент приложения Б) выявлено 7 групп исходных элементов-знаков, каждый из которых имеет свою масштабную шкалу: 4, 4, 3, 2, 2, 1, 1, 1, подтверждая первый принцип фрактальности: базовые формы повторяются в разных масштабах. Иерархическая упорядоченность множества самоподобных форм-идентификаторов достигается фактурно-цветовым выделением акцентных плоскостей (принцип акцента), которые можно считать элементами I уровня.

Это ювелирные изделия, в которых сгруппированы сомасштабные элементы, переходящие в множество более мелких. Вторым уровнем можно считать текстильный орнамент рекламируемого костюма, в котором сочетаются, группируются, контрастируют разномасштабные элементы самых разных

фактур. Всё в целом способствует повышению эстетического содержания фотокадра, упрощает его восприятие, позволяет выразить художественную стилистику бренда, выполняя главное условие фрактальной гармонии: самоподобие с дробной размерностью.

Таблица 2.1 – Фрактальная классификация метонимических ВГК МБ «Chanel» (фрагмент приложения Б)

Фрактальные элементы (алфавит)	Примеры	Текст-пояснение: МШ-масштабная шкала
		<p>Прямоугольник – 14 МШ; ромб – 3 МШ; квадрат – 6 МШ; овал – 4 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; шестиугольник – 1 МШ</p>

Во 2 примере таблице Б-1 (Приложение Б) главным смысловым элементом-идентификатором бренда являются аксессуары рекламируемого костюма (сумка, украшения). Динамика кадра задана диагональными осями (силовые линии), на которых группируется множество сомасштабных элементов. На масштабной шкале кадра насчитывается до 14 значений. Первый уровень восприятия акцентирован белым цветом и доминирующим размером сумки, задающими иерархическую упорядоченность всему множеству структурно подобных элементов. Выполняется третий принцип фрактальности – целостность композиции в многообразии входящих самоподобных элементов.

В 3 примере табл. Б-1 (приложение Б) главным смысловым элементом-идентификатором бренда является также сумка и украшения. Они акцентированы размером, цветом и декором. Вводится минимальное количество цветового фона-идентификатора, оттеняющее многообразие фрактальной структуры.

В 4 примере табл. Б-1 (приложение Б) акцентным смысловым элементом-идентификатором бренда является декоративный элемент сумки и юве-

лирных украшений в виде цепочки и орнаментации ткани. Всё в целом позиционирует характерные для бренда темы: сочетание геометрических и растительных структур в масштабном разнообразии.



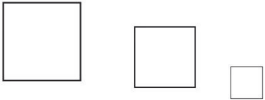

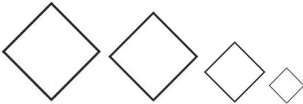


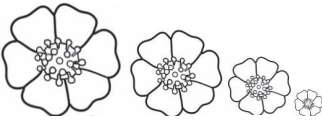
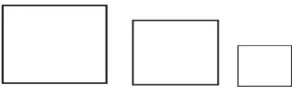



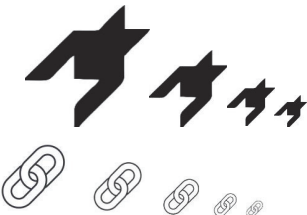



В 5 примере табл. Б-1 (приложение Б) в центре внимания показан вариант бижутерии, фрактальное многообразие которой насчитывает до 7 различных элементов-идентификаторов, а масштабная шкала содержит от 1 до 5 градаций по размеру входящих элементов. В эту систему включается лицевой профиль модели, а вертикально ориентированные акценты создают осевую направленность внимания, подчёркивая овальную траекторию расположения мелких элементов цепочек в композиции. Использован принцип структурности, позволяющий рассмотреть каждый элемент внутри целого.

В примере 6 табл. Б-1 (приложение Б) фрактальное многообразие элементов включает в себя более сложные сочетания геометрических и природных знаков-символов. Смысловыми элементами-идентификаторами рекламного образа являются построения текстильного орнамента, единого для костюма и аксессуаров (сумка). Композиционным акцентом является диагональная ось движения руки модели и зеркально отражённые прямые углы, образуемые сумкой и локтевым движением руки, акцентируемой розовой перчаткой. Масштабная шкала основных элементов дополнена элементами фона, включаемыми в общую шкалу фрактальной композиции.

В примерах 7–8 табл. Б-1 показаны фрактальные композиции, основанные только на геометрических элементах с включением шрифтовых элементов. Смысловыми акцентами являются сочетания текстильных материалов и характерных технологий-идентификаторов (стёжка). В примере 9 акцентированы аксессуары (сумка, браслет) как масштабный ключ к прочтению смысла в сочетании растительных и геометрических символов бренда.

Таким образом, проведенный анализ показал, что стилевая программа бренда во фрагментарных (метонимических) ВГК имеет ярко выраженный рекламный образ, акцентирующий внимание на: группе аксессуаров (сумка, браслет), текстильном орнаменте, структура которого распространяется на все элементы рекламного образа, многократно изменяясь в масштабе; сочетании только геометрических форм-элементов или их сочетании с природными элементами. Выявлено, что ВГК МБ «Chanel» имеет чётко организованный алфавит исходных знаков-идентификаторов, на базе которых осуществляется ежесезонная перекомпоновка композиционных акцентов в пределах традиционной стилистики (табл. 2.2).

Таблица 2.2 – Фрактальный алфавит метонимических ВГК МБ «Chanel»

№	Геометрические знаки	Природные знаки
1.		<p>1.</p> 
2.		<p>2.</p> 
3.		<p>3.</p> 
4.		<p>4.</p> 
5.		<p>5.</p> 
6.		<p>6.</p> 
7.		<p>7.</p> 
8.		<p>8.</p> 

Выводы:

1. Метонимические фрактальные структуры являются эффективным рекламным приемом в организации стилевых идентификаторов МБ в системах «Костюм-текстиль-орнамент» и «Костюм аксессуар».
2. Разработка фрактального алфавита для создания метонимических композиций значительно облегчает работу графического дизайнера по созданию ярко выраженного рекламного образа МБ.

2.6. Фрактальные системы «Костюм-фон»

Простота – это ключ к подлинной элегантности.

Г. Шанель

В разделе представлены результаты исследования коммуникативных систем моды «Костюм-фон» на основе геометрических и природных фрактальных моделей. Рассматривались приёмы сочетаемости в кадре доминантной модели костюма, как основного рекламоносителя и его фонового окружения. Материалы сведены в таблицу В-2 (приложение В), в которой приведены наиболее характерные варианты периода моды 2005–2018 гг. При отборе эмпирического материала использован принцип акцента.

Как видим, в примере 1 представлен вариант опосредованной композиции, в которой границы кадра фиксируются фрагментами квадратной решётки фона и логотипа. Слева, противопоставлены две ключевые темы: доминирующий рисунок ткани юбки, приближающийся к фрактальной модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя» и фрагмент фона, выраженный моделью «Ковёр Серпинского». Контрастное сочетание пластики этих геометрических моделей, центральное положение фигуры в кадре, прямой взгляд в глаза зрителю – всё нацелено на восприятие доминантной модели рекламного текста.

В варианте 2 также представлен пример опосредованной композиции, горизонтальные полосы фона которой противопоставлены вертикали основной модели. Она показана в динамике профильного силуэта, устремлённого вперёд. Повёрнутое лицо модели и взгляд на зрителя удерживают внимание. Акцентом композиции служит эффектная отделка платья, рисунок которой построен по принципу алгебраической фрактальной модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя». Ритм её линий подчёркивает направленность движения фигуры вперёд, замыкая причёской некую общую спиральность объёмной формы на плоском фоне.

В варианте 3 акцентом является рисунок ткани блузки, классифицируемый моделью «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя». показана на фоне природы, обобщённой моделью «Фрактальное дерево». Отдельные части кроны проявлены как элементы клетки и фрагментов модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя». Использован рекламный принцип «Товар лицом», модель максимально приближена к зрителю, являет собой вертикальную ось кадра в динамике диагоналей силуэтного контура.

В варианте 4 представлены примеры опосредованной композиции, также использован рекламный принцип «Товар лицом», прямой взгляд на зрителя, статично представленные модели образуют центральную ось кадра и акцентируют модели блузок, декорированных спиральным рисунком. В фоновых элементах просматриваются фрагменты клетки, треугольных структур-конструкций, как принадлежность к моделям «Ковёр Серпинского» и «Треугольник Серпинского». Присутствие сидящих фигур создаёт тональный контраст для восприятия блестящей ткани брюк, а светлые пятна сомасштабны орнаментальному ритму ткани блузы.

В варианте 5 представлен пример опосредованной композиции, в которой центральной осью является также рекламируемая модель платья в движении на зрителя. Спиральный рисунок ткани контрастирует с геометрической конструкцией фона (фрагменты «Треугольника Серпинского»). Фигуры зрительного ряда создают дополнительные ритмы диагоналей, вертикалей, горизонталей, округлых форм, сомасштабных элементам переднего плана, усиливающих общую динамику силуэтного контура рекламируемой модели. Тональные акценты правой и левой стороны фона и нижняя часть платья с носком обуви образуют зрительный треугольник. Сама модель платья может быть вписана в ромбическую фигуру модели «Треугольник Серпинского», где осью отражения является воображаемая линия, акцентированная тональным контрастом меховых манжет.

В варианте 6 представлен пример опосредованной композиции, в которой рекламируемая модель как ось кадра смещена вправо (приём изоляции), ткань жакета акцентирована клетчатым рисунком («Ковёр Серпинского»), элементы фона создают динамику диагонально-спиральной направленности (ось движения повёрнутого стула, расположение сумки и общая направленность фрагмента в форме круга-спирали, подчёркиваемое названием торговой марки. Применен принцип использования визуального стереотипа [21].

В варианте 7 представлен пример опосредованной композиции, фрагменты доминантных фигур структурированы по типу фрактальной модели «Поверхность Коха». В фоновых элементах – фрагменты моделей «Спираль» и «Ковёр Серпинского». В варианте 8 представлены примеры опосредованной

композиции, центральной осью которой также является статично представленная модель костюма. В первом примере акцентом восприятия является текстильный орнамент, представляющий собой сочетание геометрических элементов по типу моделей «Ковёр Серпинского» и «Снежинка Коха», а в фоновых элементах – фрагменты модели «Ковёр Серпинского» и «Треугольник Серпинского», диагональ которого повторяет ось расположения текстильного орнамента.

Во втором примере рекламируемый костюм также является центральной осью композиции кадра, текстильный орнамент идентифицирован фрактальной моделью «Снежинка Коха», а фон – моделью «губка Менгира». Эта объёмная прозрачная структура создаёт квазиреальное художественное пространство геометрического метаморфоза, многоуровневую фрактальную конструкцию, в которой отдельные фрагменты повторяют общую структуру, раскрывая новые эстетические смыслы целостно воспринимаемой композиции [6]. В варианте платья этот же фон акцентирует объёмную структуру ткани, идентифицируемую фрактальной моделью «Поверхность Коха».

В варианте 9 фактура материалов рекламируемой модели идентична фрактальной модели «Мозаика Пенроуза», а фон идентифицирован моделью «Кристаллы». Композиция построена на противопоставлении вертикальной оси женской фигуры и разнонаправленных диагоналей фоновых элементов.

В варианте 10 опосредованная композиция кадра также акцентирована вертикальной осью женской фигуры, рисунок ткани костюма построен по принципу модели «Треугольник Серпинского», укрупнённые фрагменты которого повторены в фоновых элементах.

В варианте 11 проявляется фрактальный принцип «Треугольник Серпинского» в материалах одежды и фрагмент модели «Ковёр Серпинского» в фоновом окружении.

В варианте 12 выполняется фрактальный принцип самоподобия, построенный на основе модели «Ковёр Серпинского». В трёх приведенных примерах показан характерный для ВГК бренда приём геометрического метаморфоза, когда клетчатая структура задаёт фрактальное подобие всех элементов рекламируемой модели одежды и фона в их иерархической последовательности.

В варианте 13 акцентирована отделка платья, выполненная по модели «Треугольник Серпинского», фоновое окружение – природная модель «Кристаллы». В кадре противопоставлены вертикальная ось женской фигуры и диагональное расположение фоновых элементов, что придаёт характерную динамику композиции.

В варианте 14 динамический эффект создаётся противопоставлением вертикальной оси женской фигуры и горизонтальным повтором фоновых полос в первом примере, вся композиция строится на этом ритме, фрактальный эффект задан природной моделью «Сталлактиты, сталагмиты». Во втором примере этот геометрический метаморфоз обыгран лёгким движением фигуры.

В варианте 15 так же на первом плане – вертикальная ось неподвижно стоящей женской фигуры, модель юбки акцентирована отделкой сомасштабными элементами природной фрактальной модели «Сталлактиты, сталагмиты». Фоновое окружение построено по принципу геометрической модели «Ковёр Серпинского».

В варианте 16 в рекламируемой модели сочетаются технологии формообразования, характеризуемые природной фрактальной моделью «Сталлактиты, сталагмиты» и геометрической моделью «Поверхность Коха», ячейки которой похожи на структуру колоса пшеницы – символ бренда. В фоне разыгран крупный мотив клетки как фрагмент геометрической модели «Ковёр Серпинского». Тональные контрасты объединяют эти разномасштабные площади фотокадра.

В варианте 17 рассмотрены биологические фрактальные модели цветочных символов бренда – «Белая роза» и «Камелия», а фон сочетает в себе фрагменты угадываемой модели «Ковёр Серпинского» и масштабного повторения округлых форм-лиц зрителей, чёрный цвет всей плоскости контрастирует с белым цветом платья, напоминая о цветовой теме бренда – «чёрное и белое».

В варианте 18 рекламируемая модель выполнена из материалов, декорированных цветочным рисунком на тему камелии, а сложный фон может быть условно структурирован на основе фрактальной модели «Морской ёж».

В варианте 19 рекламируемая модель платья имеет уплощённый рисунок цветка камелии, а фон – комбинацию природной кроны дерева и фрагменты ландшафта, воспринимаемого как модель «Ковёр Серпинского».

В варианте 20 рекламируемая модель платья имеет структуру, напоминающую цветок камелии, а фон – стилизованный рисунок модели «Лист растения».

В варианте 21 рекламируемая модель платья имеет структуру, состоящую из объёмных камелий, а фон структурирован элементами модели «Ковёр Серпинского».

В варианте 22 представлено классическое сочетание материалов рекламируемой модели костюма, в котором сочетаются геометрические структуры «Ковёр Серпинского» и «Треугольник Серпинского», а фон идентифицирован

природной структурой дерева и схематически угадываемой цветочной структуры камелии, символа бренда.

2.7. Архетипическая классификация фрактальных структур ВГК МБ «Chanel» в системе «Костюм-фон»

Когда мода достигает цели, приходит красота.

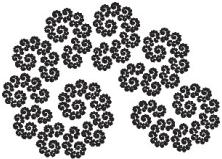
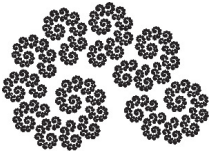
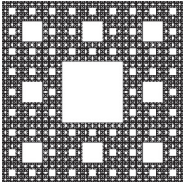


Г. Шанель

Целью раздела является обобщение данных и разработка общей системной классификации фрактального формообразования ВГК МБ «Chanel», нормирующую отношения рекламируемой модели одежды и фона (табл. 2.3). Выявлено 9 наиболее общих групп сочетаний, которые можно считать архетипами рекламных обращений бренда, его синтаксическими константами. Они представляют собой многоуровневые фрактальные конструкции, масштабно и ритмически проникающие друг в друга, усиливающие динамический эффект восприятия рекламного продукта.

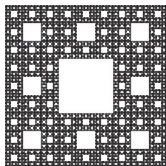
Используемые фрактальные модели выступают в роли метафорических идентификаторов рекламного образа, они являются, мощными интеграторами, с помощью них объединяются, перегруппировываются, дробятся все элементы композиции. Можно сказать, что это универсальная система многозначной идентификации любого элемента фотокадра, который может овеществлять рисунок и структуру текстиля и орнамента, форму аксессуаров, украшений, элементов фона. В каждом отдельном случае фрактальная модель воссоздаёт неповторимый, но всегда узнаваемый образ бренда в трёх вариантах (рис. 2.9):

1. Многократное взаимопроникновение геометрических структур в однородные геометрические структуры.
2. Многократное взаимопроникновение природных структур в однородные природные структуры.
3. Смешанное взаимодействие природных и геометрических структур.

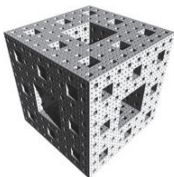
Таблица 2.3 Фрактальные архетипы ВГК бренда «Chanel»
в коммуникативной системе «Костюм-фон»

№	Костюм	Фон
1.	 <p data-bbox="266 384 454 437">Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя</p>	    <p data-bbox="680 1078 874 1193">Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя, Ковёр Серпинского, крона дерева</p>

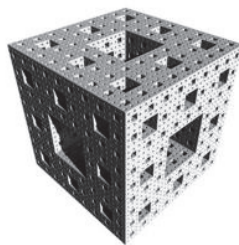
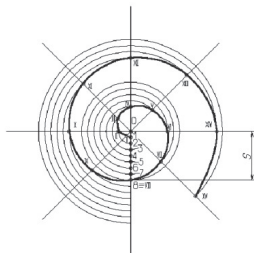
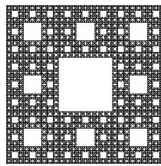
2.



Ковёр Серпинского



Губка Менгера

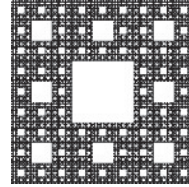
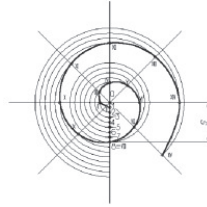


Ковёр Серпинского,
спираль,
сталлактиты,
сталагмиты,
Губка Менгера

3.



Поверхность Коха



Спираль,
Ковер Серпинского

4.

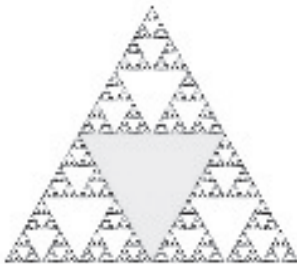


Мозайка Пенроуза

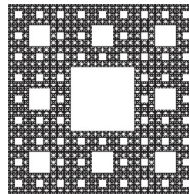



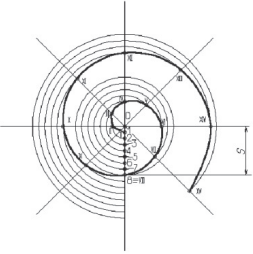
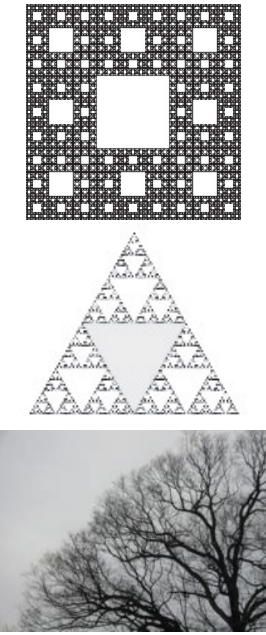
Кристаллы

5.

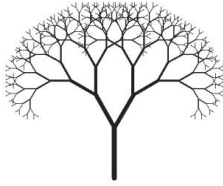


Треугольник Серпинского

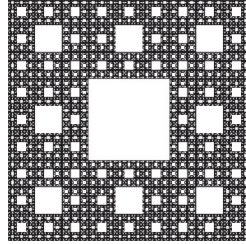


		 <p data-bbox="647 614 960 678">Ковёр Серпинского, кристаллы, крона дерева, лист растений</p>
6.		 <p data-bbox="647 1332 960 1396">Ковёр Серпинского, треугольник Серпинского, крона дерева</p>

7.



Крона дерева

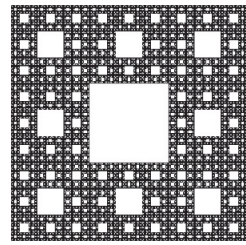


Крона дерева, ковёр Серпинского,

8.



Сталлакиты, сталагмиты
Белая камелия



Сталлакиты, сталагмиты,
ковёр Серпинского

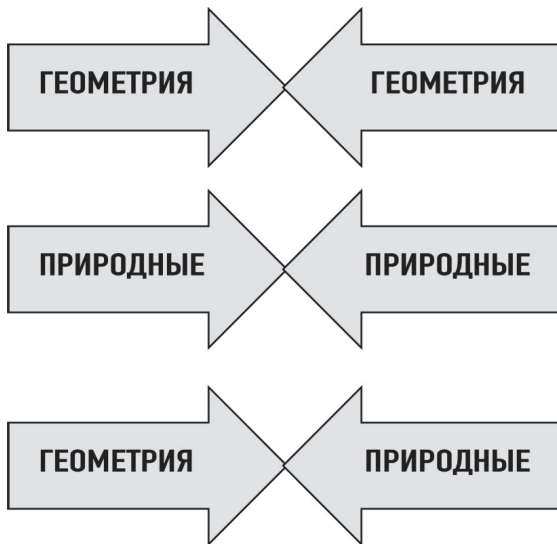
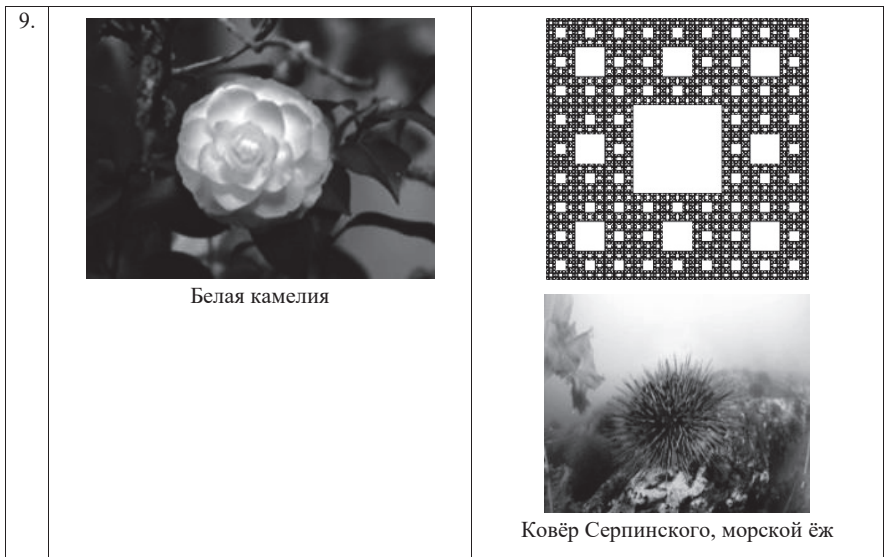


Рисунок 2.9 – Рекламные метафоры бренда «Chanel» в системе «Костюм-фон»

Выводы:

1. В рекламных коммуникациях МБ «Chanel» выявлено 9 устойчивых архетипов системы «Костюм-фон», которые представляют собой многоуровневые фрактальные конструкции, масштабно и ритмически проникающие

друг в друга и усиливающие динамический эффект восприятия художественного образа.

2. ВГК МБ «Chanel» есть фрактальная система многозначной идентификации стилистического образа, который может овеществлять рисунок и структуру текстиля и орнамента, форму аксессуаров, украшений, элементов фона. В каждом отдельном случае фрактальная модель воссоздаёт неповторимый, но всегда узнаваемый образ бренда.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Вопросы к разделу 2.1.

1. Какова роль фрактальной метафоры в создании визуального образа?
2. В чем общность архитектурных и костюмографических метафор?

Вопросы к разделу 2.3. Маркетинговые характеристики модного бренда

1. В чём выражается концепция стратегического маркетинга бренда?
2. Каковы ключевые составляющие образа бренда?
3. В чём проявляется концептуальное постоянство бренда?
4. Что отражает пирамида идентичности бренда?
5. Каковы основные позиции знаковости сильного бренда?

Вопросы к разделу 2.4. Уровни фрактальной организации ВГК МБ

1. Что включает в себя фрактальная система «Костюм-текстиль-орнамент»?
2. Что включает в себя фрактальная система «Костюм-аксессуары»?
3. Что включает в себя фрактальная система «Костюм-фон»?

Вопросы к разделу 2.5. Фрактальные системы «Костюм-текстиль-орнамент» ВГК МБ

1. На какой теоретической базе строится фрактальная система «Костюм-текстиль-орнамент» ВГК МБ?
2. По какому принципу формируется электронный каталог фрактального формообразования системы «Костюм-текстиль-орнамент» ВГК МБ?
3. Какова практическая значимость электронного каталога фрактального формообразования системы «Костюм-текстиль-орнамент» в аналитической и практически-творческой деятельности графического дизайнера?

Вопросы к разделу 2.6. Фрактальные системы метонимических (фрагментарных) структур ВГК МБ

1. Какова роль метонимических (фрагментарных) композиций в рекламной коммуникации МБ?
2. Как влияют метонимические (фрагментарные) композиции на восприятие МБ?
3. Как построить фрактальный алфавит метонимических ВГК МБ?

Вопросы к разделу 2.7. Фрактальные системы «Костюм-фон»

1. Как строится система «Костюм-фон» в рекламной коммуникации?
2. Какие фрактальные модели-метафоры наиболее характерны для ВГК МБ «Chanel»?
3. Как влияют элементы фона на восприятие рекламируемого продукта?

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Задания к разделу 2.2. Верификационное моделирование фрактальных метафор ВГК МБ

1. Выбрать фрактальную модель и применить ее к анализу архитектурного проекта.
2. Выбрать фрактальную модель и применить ее к анализу костюмографического рекламного объекта.
3. Выбрать фрактальную модель и применить ее в эскизных разработках.

Задания к разделу 2.3. Маркетинговые характеристики модного бренда

1. Выбрать известный бренд и построить пирамиду его идентичности.
2. Дать определение бренда.
3. Дать определение модного бренда.

Задания к разделу 2.4. Уровни фрактальной организации ВГК МБ

1. Разработать авторскую модель инфографики в цепочке «рекламный продукт – реципиент».

Задания к разделу 2.5. Фрактальные системы «Костюм-текстиль-орнамент» ВГК МБ

1. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу геометрической модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя».
2. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу геометрической модели «Ковёр Серпинского».

3. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу природной геометрической модели «Кристаллы».
4. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальных модели «Пятилистник».
5. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальных модели «Роза», «Камелия».
6. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальных моделей «Листья растений», «Система кровообращения», «Кроны деревьев».
7. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальной модели «Морские ежи».
8. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальных моделей «Листья ананаса», «Рыбья чешуя».
9. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальных моделей «Морская звезда», «Комета».
10. В открытом доступе систематизировать фотоматериалы МБ «Chanel» по образу фрактальной модели «Спираль».

Задания к разделу 2.6. Фрактальные системы метонимических (фрагментарных) структур ВГК МБ

1. В открытом доступе систематизировать метонимические рекламные композиции МБ «Chanel».
2. Проанализировать композиционные приёмы построения художественного образа в метонимических (фрагментарных) ВГК МБ.

Задания к разделу 2.7. Фрактальные системы «Костюм-фон»

1. В открытом доступе систематизировать наиболее характерные приемы организации системы «Костюм-фон» по 9 группам.
2. Определить художественную выразительность каждой из 9 групп.
3. Выделить наиболее эмоциональные варианты построения художественного образа МБ в системе «Костюм-фон».

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

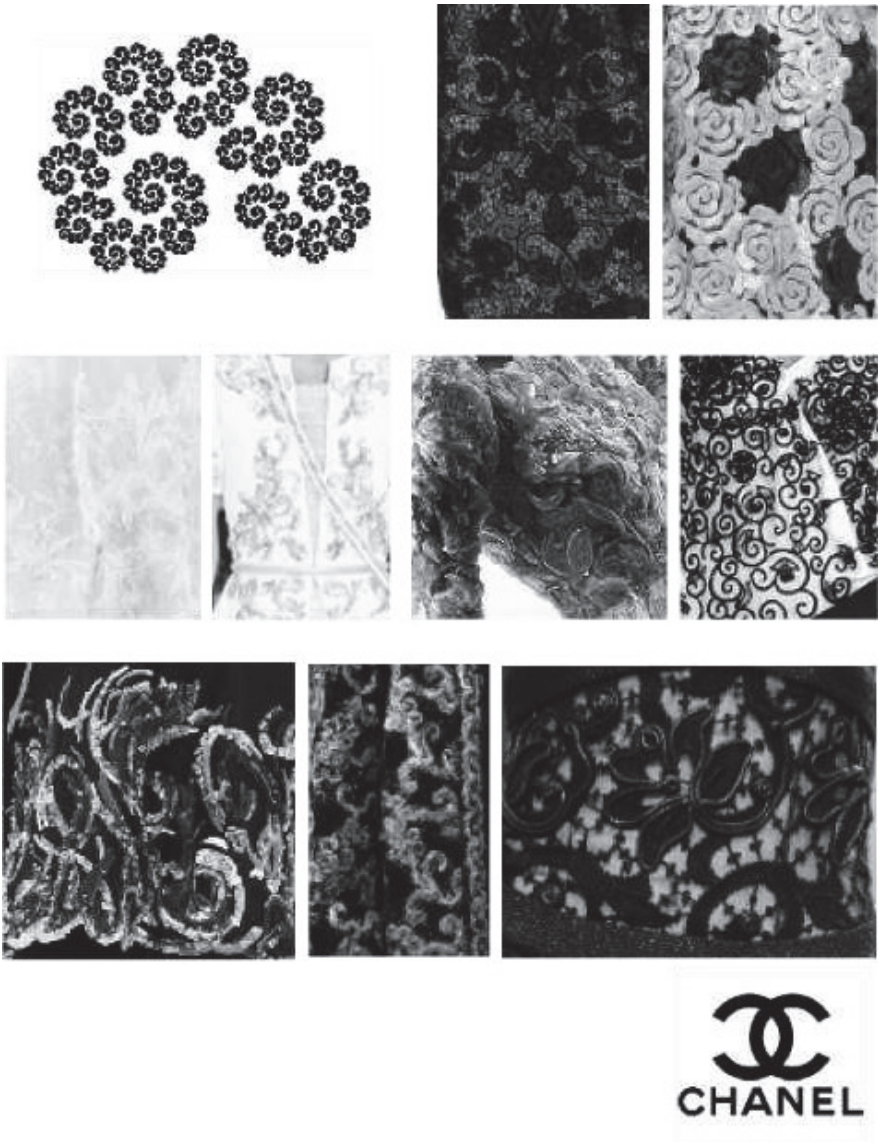


Рисунок А.1 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя» в коллекциях Chanel 2004–2010 гг.



Рисунок А.2 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Драконова ломаная Хартгера – Хейтуэя» в коллекциях Chanel 2010–2020 гг.

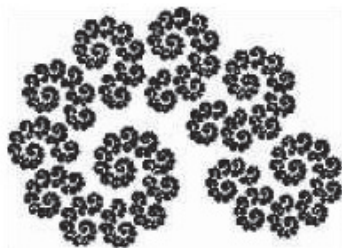


Рисунок А.3 – Фрактальная классификация аксессуаров костюма на основе модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя» в коллекциях Chanel 2008–2010 гг.



Рисунок А.4 – Фрактальное формообразование причёсок на основе модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя» Chanel 2008–2010 гг.

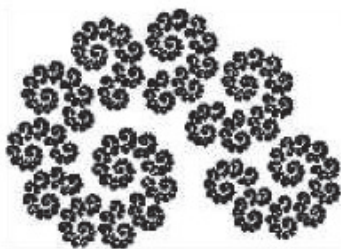
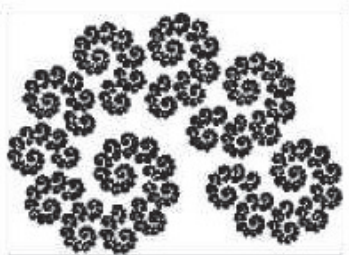


Рисунок А.5 – Фрактальное формообразование причёсок на основе модели «Драконова ломаная Хартера – Хейтуэя». Chanel 2010–2019 гг.



1937 г.



1983 г.



1956 г.



2011 г.



1983 г.



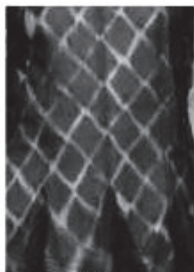
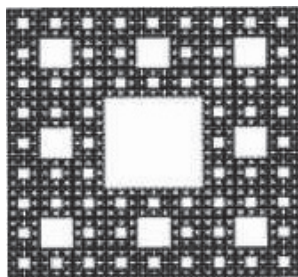
1996 г.



2017-18 г.



Рисунок А.6 – Фрактальное формообразование фоновых элементов на основе модели «Драконова»



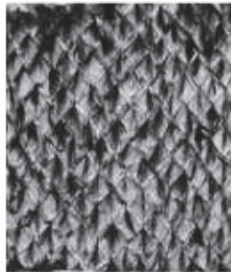
2011 г.



2012 г.



2013-14 г.



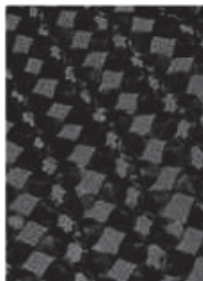
2014-15 г.



2016 г.



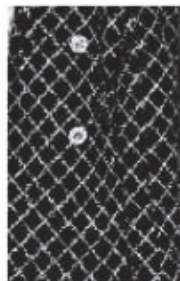
2016-17 г.



2017 г.



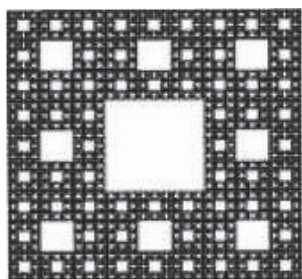
2018-19 г.



2018-19 г.



Рисунок А.7 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Ковёр Серпинского» 2011–2019



1994 г.



1994г.



1994 г.



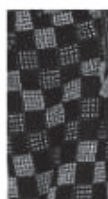
2004 г.



2004 05 г.



2005 06г.



2007 08 г.



2016 г.



2016 г.



2007 08 г.



2010 11 г.



2011 г.



2011 12 г.



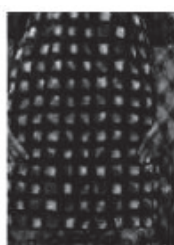
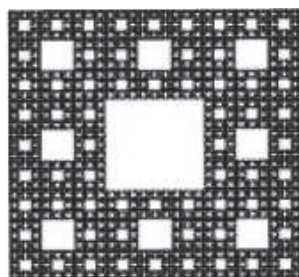
2012 13 г.



2014 г.



Рисунок А.8 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Ковёр Серпинского»



2010-11 г.

2010-11 г.

2013 г.

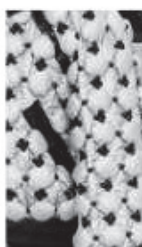
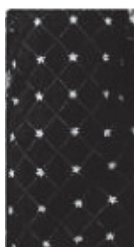


2014-15 г.

2014-15 г.

1998 г.

2011-12 г.



2011-12 г.

2011-12 г.

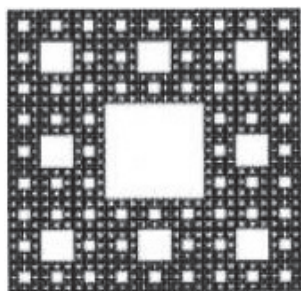
2015-16 г.

2015-16 г.

2018 г.



Рисунок А.9 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Ковёр Серпинского»



2004 г.



2004 г.



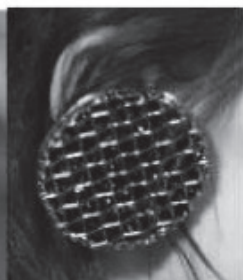
2004 г.



2004-05 г.



2005-06 г.



2005-06 г.



2006 г.



2006-07 г.



2007 г.



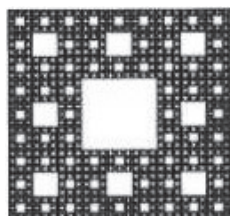
2007 г.



2007 г.

CHANEL

Рисунок А.10 – Фрактальное формообразование аксессуаров костюма на основе модели «Ковёр Серпинского»



2010 г.



2010 г.



2010 г.



2010-11 г.



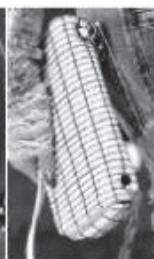
2010-11 г.



2011 г.



2011 г.



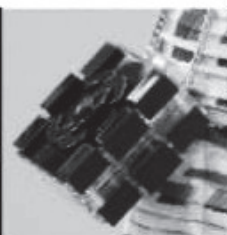
2011 г.



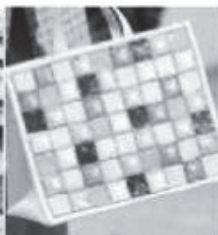
2012-13 г.



2012-13 г.



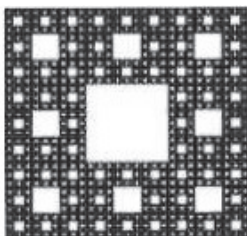
2014 г.



2014 г.



Рисунок А.11 – Фрактальное формообразование аксессуаров костюма на основе модели «Ковёр Серпинского»



2010 г.



2005-06 г.

2006 г.



2007 г.



2007-08 г.



2010 г.



2010-11 г.



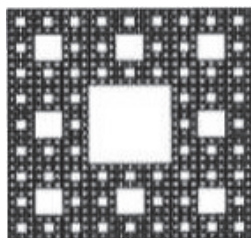
2010-11 г.



2010-11 г.



Рисунок А.12 – Фрактальное формообразование аксессуаров костюма на основе модели «Ковёр и треугольник Серпинского»



2011-12 г.



2012-13 г.



Рисунок А.13 – Фрактальное формообразование аксессуаров костюма на основе модели «Ковёр Серпинского»

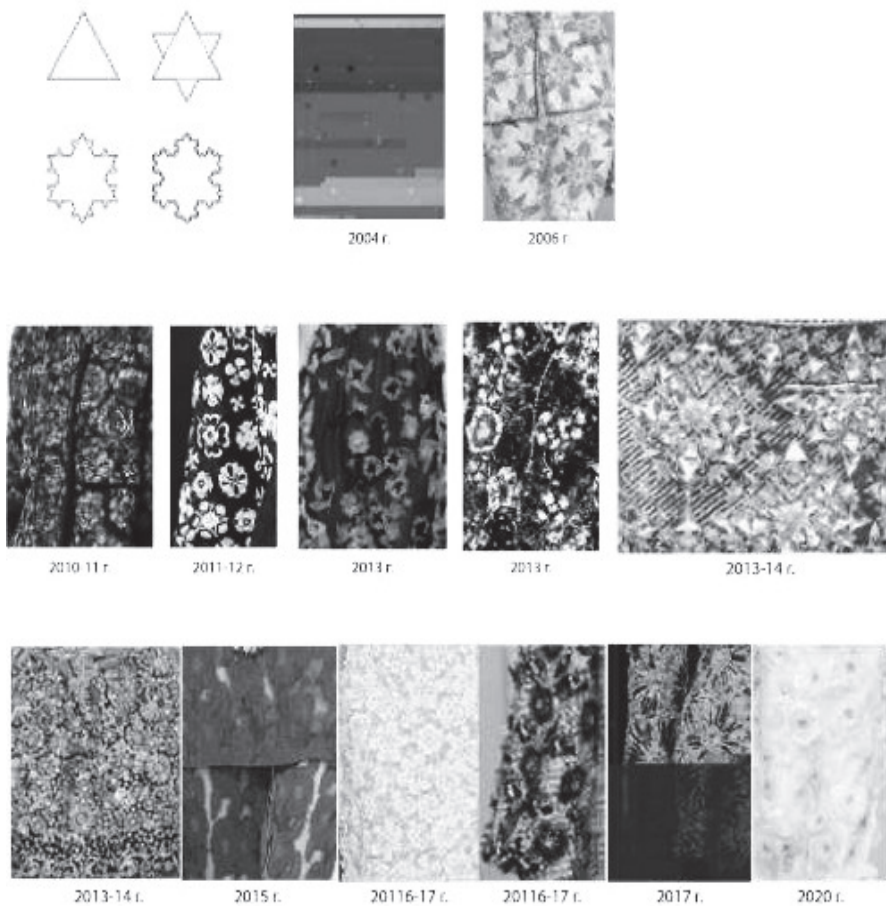


Рисунок А.14 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Снежинка Коха»



Рисунок А.15 – Фрактальная классификация элементов аксессуаров на основе модели «Поверхность Коха»

Природные геометрические структуры

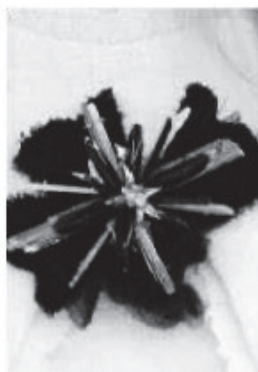


Рисунок А.16 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе модели «Кристаллы», Chanel, 2006 г.

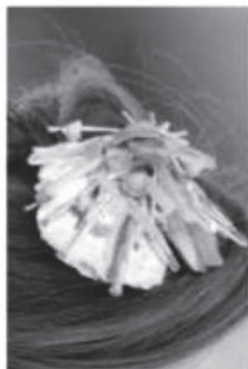
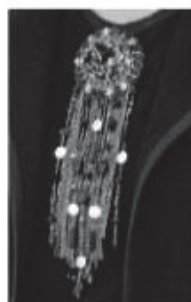


Рисунок А.17 – Фрактальная классификация аксессуаров
на основе модели «Кристаллы», Chanel, 2006 г.



Рисунок А.18 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе модели «Кристаллы», Chanel, 2008–11 гг.



2006-2007 г.



2006-2007 г.



2007-2008 г.



2007-2008 г.



2007-2008 г.

CHANEL

Рисунок А.19 – Фрактальная классификация аксессуаров
на основе модели «Сталактиты, сталагмиты»



2008-2009 г.



2008-2009 г.



2010 г.



2010 г.



2010-2011 г.



2010-2011 г.



2010-2011 г.



Рисунок А.20 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе модели «Сталактиты, сталагмиты»



2010-11 г.



2010-11 г.



2010-11 г.



2010-11 г.



2011 г.



2017-18 г.


CHANEL

Рисунок А.21 – Фрактальная классификация аксессуаров
на основе модели «Сталактиты, сталагмиты»



2011 г.



2012 г.



2012-13 г.



2018 г.



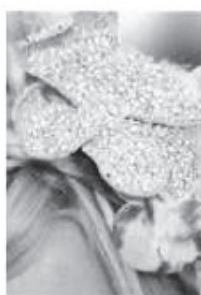
2020 г.


CHANEL

Рисунок А.22 – Фрактальная классификация аксессуаров
на основе модели «Сталактиты, сталагмиты»



2005 г.



2005 г.



2005 г.



2005 г.



2005 г.



2006 г.

Рисунок А.23 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Пятилистник»



2011 г.



2012-13 г.



2012-13 г.



2013 г.



2013 г.

Рисунок А.24 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Пятилистник»



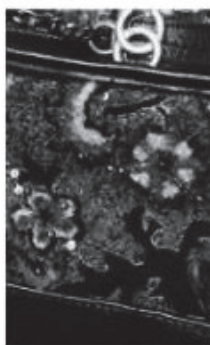
2015 г.



2016 г.



2016 г.



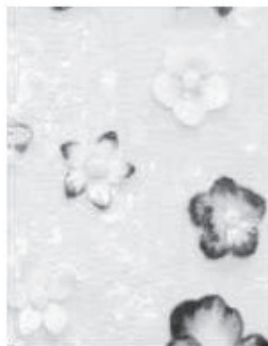
2016-17 г.



2017-18 г.



2018 г.



2019 г.

Рисунок А.25 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Пятилистник»



2015-16г.



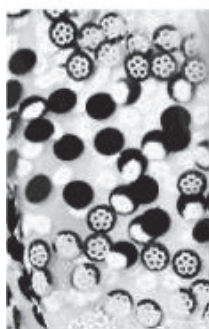
2015-16г.



2015-16г.



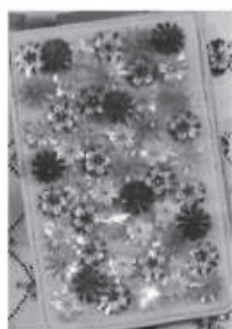
2015-16г.



2016 г.



2016 г.



2016 г.

Рисунок А.26 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Пятилистник»

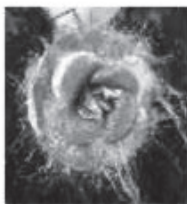


Рисунок А.27 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Роза», «Камелия», 2004–2009 гг.

CHANEL

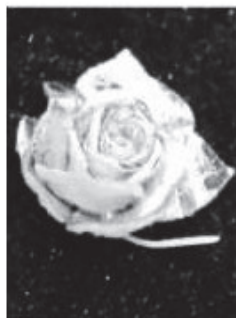


Рисунок А.28 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Роза», «Камелия», 2011–2020 гг.



2006 г.



2008-09 г.



2010 г.



2010-11 г.



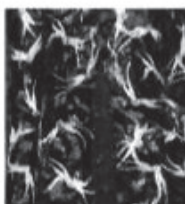
2011 г.



2012-13 г.



2012-13 г.



2013 г.



2013 г.



2014-15 г.



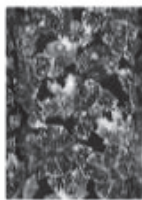
2014-15 г.



2016 г.



2018 г.



2018-19 г.

Рисунок А.29 – Фрактальная классификация рисунка тканей на основе модели «Листья растений», «Кроны деревьев»


CHANEL



2008-09 г.



2009-10 г.



2018-19 г.

Рисунок А.30 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе модели «Листья растений», «Кроны деревьев»


CHANEL

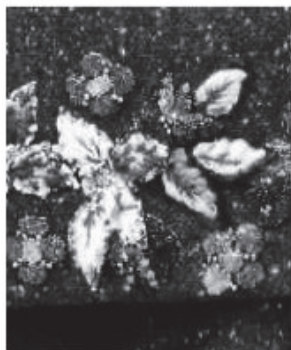


2010 г.

2010-11 г.



2006-07 г.



2016-17 г.



2018-19 г.



2018-19 г.

Рисунок А.31 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе модели «Листья растений», «Кроны деревьев»

CHANEL



20108-09 г.



2005 г.



2005 г.



2008-09 г.



2010-11 г.



2014-15 г.



2014-15 г.



2015 г.



2015 г.

Рисунок А.32 – Фрактальная классификация аксессуаров на основе природной модели «Морские ежи»



2012 г.



2012 г.



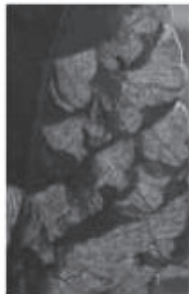
2012-13 г.



2016 г.



2016 г.



2016-17 г.



Рисунок А.33 – Фрактальная классификация тканей на основе природной модели «Ананас», «Рыбья чешуя»



1932 г.



2019 г.



2004 г.



2004 г.



2007 г.

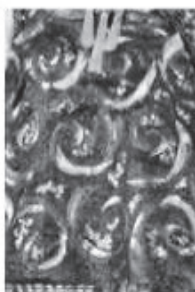
Рисунок А.34 – Фрактальная классификация украшений на основе модели «Морская звезда» или «Комета»



2007-08 г.



2009-10 г.



2010-11 г.



2012 г.



2014-15 г.



2017 г.



2017 г.



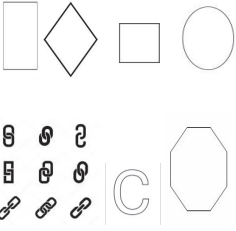

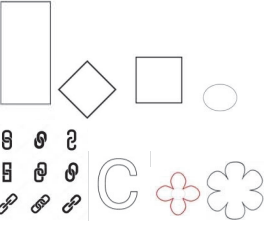
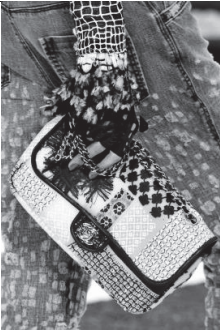
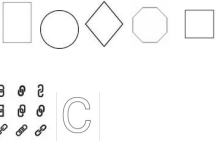

2018 г.


CHANEL

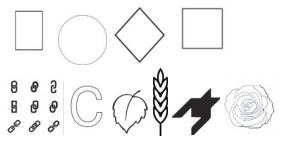

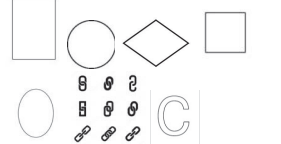

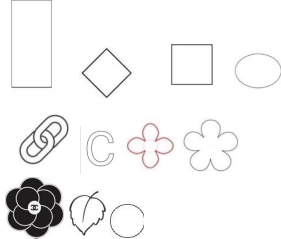

Рисунок А.35 – Фрактальная классификация текстильного орнамента на основе модели «Спираль»

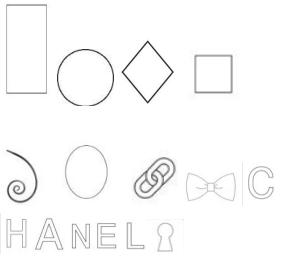



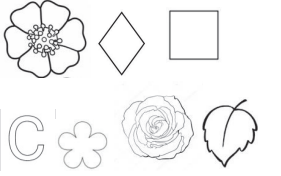

Приложение Б

Таблица Б.1 – Фрактальная классификация метонимических
ВГК МБ «Chanel»

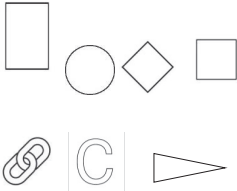

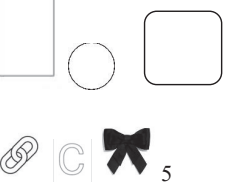

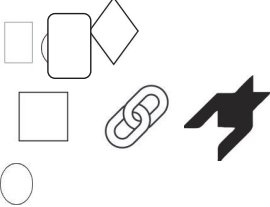

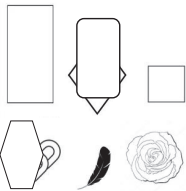

Фрактальные элементы (алфавит)	Примеры	Текст-пояснение: МШ-масштабная шкала
1	2	3
 <p>1.</p>	 <p style="text-align: center;">2010</p>	<p>Прямоугольник – 14 МШ; ромб – 3 МШ; квадрат – 6 МШ; овал – 4 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ;</p>
 <p>2.</p>	 <p style="text-align: center;">2011</p>	<p>Прямоугольник – 14 МШ; ромб – 3 МШ; квадрат – 6 МШ; овал – 4 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; цветок четырёхлистник – 1 МШ; цветок шестистлистник – 1 МШ</p>
 <p>3.</p>	 <p style="text-align: center;">2018–2019</p>	<p>Прямоугольник – 2 МШ; круг – 3 МШ; ромб – 2 МШ; восьмиугольник – 4 МШ; квадрат – 2; цепь – 10; С – 5 МШ; полуовал – 1 МШ</p>

Продолжение таблицы Б.1

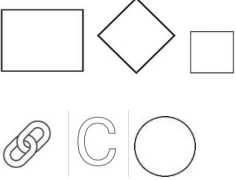

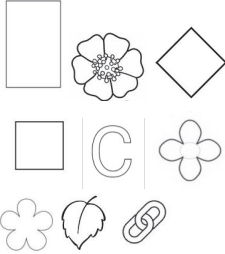

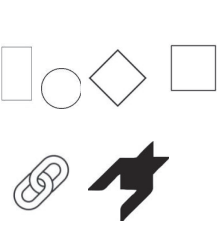

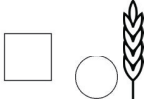

1	2	3
<p>4.</p> 	 <p>2018–2019</p>	<p>Прямоугольник – 2 МШ; круг – 4 МШ; ромб – 2 МШ; квадрат – 3 МШ; цепь – 9 разновидностей; С – 2 МШ; лист – 1; колос – 2 МШ; гусиная лапка – 2 МШ; роза – 1 МШ</p>
<p>5.</p> 	 <p>2010</p>	<p>Прямоугольник – 2 МШ; круг – 5 МШ; ромб – 1 МШ; квадрат – 4 МШ; овал – 4 МШ; цепь – 10 разновидностей; С – 1 МШ</p>
<p>6.</p> 	 <p>2018–2019</p>	<p>Прямоугольник – 2 МШ; ромб – 2 МШ; квадрат – 2 МШ; овал – 1 МШ; цепь – 1; С – 3 МШ; цветок четырёхлистник – 1 МШ; цветок пятилистник – 1 МШ; белая камелия – 1 МШ; лист – 2 МШ; круг – 7 МШ</p>

 <p>7.</p>	 <p>2017–2018</p>	<p>Прямоугольник – 3 МШ; круг – 5 МШ; ромб – 3 МШ; квадрат – 1 МШ; спираль – 1 МШ; овал – 3 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; Н – 1 МШ; А – 1 МШ; N – 1 МШ; Е – 1 МШ; L – 1 МШ; бант – 1 МШ; замочная скважина – 1 МШ</p>
 <p>8.</p>	 <p>2015–2016</p>	<p>Прямоугольник – 3 МШ; прямоугольник со скругленными углами – 3 МШ; круг – 1 МШ; ромб – 1 МШ; квадрат – 3 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; Н – 1 МШ; А – 1 МШ; N – 1 МШ; Е – 1 МШ; L – 1 МШ; U – 1 МШ; M – 1 МШ; V – 1 МШ; T – 1 МШ; бант – 1 МШ</p>
 <p>9.</p>	 <p>2010</p>	<p>Мак – 1 МШ; ромб – 4 МШ; квадрат – 2 МШ; С – 2 МШ; цветок пятилистник – 5 МШ; белая камелия – 1 МШ; лист – 2 МШ; круг – 3 МШ; колос – 1 МШ; роза – 1 МШ</p>

Продолжение таблицы Б.1

<p>10.</p> 	 <p>2015–2016</p>	<p>Прямоугольник – 5 МШ; круг – 5 МШ; ромб – 2 МШ; квадрат – 3 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; треугольник – 1 МШ</p>
<p>11.</p> 	 <p>2006–2007</p>	<p>Прямоугольник – 1 МШ; круг – 3 МШ; квадрат со скругленными углами – 1 МШ; цепь – 2 МШ; С – 5 МШ; бант – 2 МШ; 5 – 2 МШ</p>
<p>12.</p> 	 <p>2019–2020</p>	<p>Прямоугольник – 2 МШ; прямоугольник со скругленными углами – 1 МШ; круг – 4 МШ; ромб – 3 МШ; квадрат – 1 МШ; цепь – 1 МШ; С – 1 МШ; гусиная лапка – 1 МШ; овал – 3 МШ</p>
<p>13.</p> 	 <p>2011</p>	<p>Прямоугольник – 8 МШ; прямоугольник со скругленными углами – 1 МШ; ромб – 1 МШ; квадрат – 2 МШ; шестиугольник – 2 МШ; цепь – 1 МШ; перо – 1 МШ; роза – 1 МШ</p>

Продолжение таблицы Б.1

<p>14.</p> 	 <p>2015–2016</p>	<p>Прямоугольник – 5 МШ; ромб – 5 МШ; квадрат – 2 МШ; цепь – 2 МШ; С – 2 МШ; круг – 1 МШ</p>
<p>15.</p> 	 <p>2010</p>	<p>Прямоугольник – 4 МШ; цветок мака – 1 МШ; ромб – 1 МШ; квадрат – 2 МШ; С – 1 МШ; цветок четырехлистник – 1 МШ; цветок пятилистник – 1 МШ; лист – 1 МШ; цепь – 1 МШ</p>
<p>16.</p> 	 <p>2019–2020</p>	<p>Прямоугольник – 4 МШ; круг – 4 МШ; ромб – 1 МШ; квадрат – 2 МШ; цепь – 1 МШ; гусиная лапка – 1 МШ</p>
<p>17.</p> 	 <p>2010</p>	<p>Квадрат – 2 МШ; С – 3 МШ; круг – 3 МШ; колос – 3 МШ</p>

Продолжение таблицы Б.1

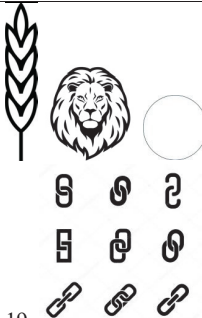

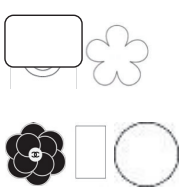

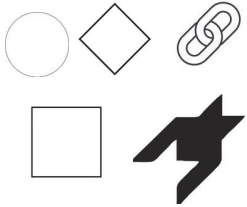













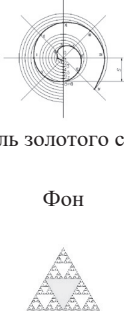

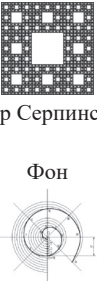

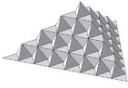
<p>19.</p> 	 <p>2010–2011</p>	<p>Колос – 1 МШ; лев – 1 МШ; круг 1 МШ; цепь – 9 разновидностей</p>
<p>20.</p> 	 <p>2010</p>	<p>Прямоугольник со скругленными углами – 1 МШ; С – 3 МШ; цветок пятилистник – 5 МШ; белая камелия – 1 МШ; прямоугольник – 1 МШ; круг – 1 МШ</p>
<p>21.</p> 	 <p>2017–2018</p>	<p>Круг – 2 МШ; ромб – 2 МШ; квадрат – 1 МШ; цепь – 1 МШ; гусиная лапка – 1 МШ; полуoval – 2 МШ</p>

Таблица Б.2 – Фрактальная классификация приемов формообразования
ВГК МБ «Chanel» в системе «Костюм-фон»

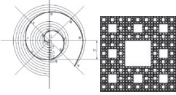
Геометрические фрактальные модели	Модные аналоги
<p>Костюм</p>  <p>Драконова ломаная Хартера – Хейгуэя</p> <p>Фон</p>  <p>Ковёр Серпинского</p> <p>1.</p>	 <p>Chanel весна/лето 2005</p>
<p>Костюм</p>  <p>Драконова ломаная Хартера – Хейгуэя</p> <p>Фон</p>  <p>2. Ковёр Серпинского</p>	 <p>Chanel осень/зима 2019/2020</p>
<p>3. Костюм</p>  <p>Драконова ломан Хартера – Хейгуэя</p> <p>Фон</p>  <p>Крона деревьев – фрактальное дерево</p> 	

<p>4. Костюм</p>  <p>Спираль золотого сечения Фон</p> <p>Ковёр. треугольник Серпинского</p>	 <p>Chanel осень/зима 2010/2011 Chanel осень/зима 2017/2018</p>
<p>5. Костюм</p>  <p>Спираль золотого сечения</p> <p>Фон</p>	 <p>Chanel 2017 г.</p>
<p>6. Костюм</p>  <p>Ковёр Серпинского</p> <p>Фон</p> <p>Спираль золотого сечения</p>	 <p>Chanel 2013 г.</p>

7. Костюм



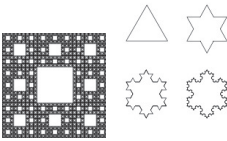
Поверхность Коха
Фон



Спираль золотого сечения

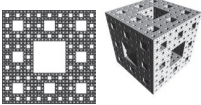


8. Костюм



Ковёр Серпинского –
Снежинка Коха

Фон



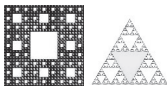
Ковёр Серпинского –
губка Менгера

Костюм



Поверхность Коха

Фон



Ковёр и треугольник Серпинского



Chanel осень/зима 2010/2011

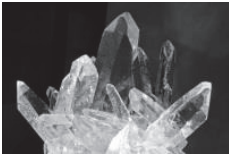


Chanel весна/лето 2017

9. Костюм



Мозайка Пенроуза
Фон



Кристаллы



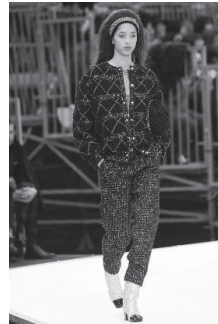
Chanel коллекция осень/зима 2012/2013

10. Костюм



Треугольник Серпинского

Фон



Chanel коллекция весна/лето 2016 г.

11. Костюм



Треугольник Серпинского

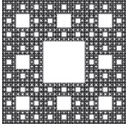








Фон



Ковёр Серпинского



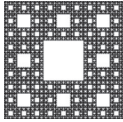
Chanel осень/зима 2015/2016 гг.

<p>12. Костюм</p>  <p>Ковёр Серпинского</p> <p>Фон</p>  <p>Ковёр Серпинского</p>	 <p>Chanel осень/зима 2011/2012 Chanel весна/лето 2013</p>
<p>13. Костюм</p>  <p>Треугольник Серпинского</p> <p>Фон</p>  <p>Кристаллы</p>	 <p>Chanel коллекция осень/зима 2012/2013</p>
<p>14. Костюм</p>  <p>Сталактиты, сталагмиты</p> <p>Фон</p>  <p>Сталактиты, сталагмиты</p>	

15. Костюм



Сталактиты, сталагмиты
Фон



Ковёр Серпинского



Chanel коллекция весна/лето 2005

16. Костюм



Роза



Камелия



Chanel коллекция весна/лето 2016

17 Костюм



Камелия
Фон



Морской еж



Chanel коллекция весна/лето 2010

18. Костюм



Камелия
Фон



Крона дерева



Ковёр Серпинского



Chanel весна/лето 2013

19. Костюм



Камелия

Фон



Листья растений



Chanel коллекция весна/лето 2015

20. Костюм



Камелия

Фон

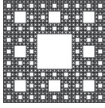


Ковёр Серпинского



Chanel весна/лето 2013

22. Костюм



Ковёр Серпинского



Треугольник Серпинского

Фон



Крона дерева



Камелия



Chanel весна/лето 2018

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Аналоговая фотографическая коммуникация – изображаемая вещь, воспринимаемая буквально.

Бренд – система символов, идентифицирующих объект, особенностями которого являются повсеместная известность и устойчивая фиксация в массовом сознании.

Бренд-коммуникации – это передача информации о конкретном бренде потребителям посредством графических символов, вызывающая положительные эмоции.

Бренд в сфере искусства костюма и моды – обоснованная временем, широко известная и обладающая устойчивой и сильной положительной коммуникацией с покупателем торговая марка, имеющая индивидуальный стиль и эстетические особенности, отражающие прогрессивные тенденции культуры.

Брендинг – долгосрочная стратегия разработки рекламного образа, направленная на решение стратегических аспектов рекламной коммуникации.

Кодовая фотографическая коммуникация – изображаемая вещь, воспринимаемая как её художественный образ.

Методика – совокупность приёмов, методов изучения явления.

Синергетика – (от греч. *συν-Ερως* – сотрудничество, содействие, соучастие) – междисциплинарное направление научных исследований, в рамках которого изучаются общие закономерности процессов перехода от хаоса к порядку и обратно.

Фотография – документ, «момент запечатлённой реальности», вызывающий всеобщее доверие и желание купить рекламируемую вещь.

Фрактал – от латинского «*fractus*» – изломанный, дробный; закон построения формы, ген формообразования, выражающий эстетический принцип единства в многообразии.

Фрактальная геометрия – геометрия хаоса, рождающего порядок, и геометрия порядка, рождающего хаос.

Фрактальные структуры – структуры, обладающие изломанностью и самоподобием: любая часть структуры подобна всему целому.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабич В. Н. Фрактальные структуры в планировке и застройке города / В. Н. Бабич, В. А. Колясников // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2009. – № 2. – С. 45–47.
2. Введение в экранную культуру: новые аудиовизуальные технологии под ред. К. Э. Разлогова. М., 2005.
3. Волошинов А. В. Математика и искусство. М.: «Просвещение», 2000 г.
4. Волошинов А. В. Об эстетике фракталов и фрактальности искусства: синергетическая парадигма. // Нелинейное мышление в науке и искусстве. М., 2002. С. 213–246.
5. Гусова Д. Т., Козлова Т. В. Формирование и развитие бренда модной одежды в контексте проектной культуры и искусства: Монография. – М.: РГУ им. А. Н. Косыгина. 2020. – 229 с.
6. Духно А. Б. Фрактал как язык искусства. Взаимовлияние научного и художественного опыта. // Эстетика изобразительных искусств XX–XXI веков. – ХК – 2018, № 3. – С. 40–41.
7. Евин И. А. Искусство и синергетика. М., 2009.
8. Жердев Е. В. Метафорическая образность в дизайне. М.: Изд-во МСХА, 2004.
9. Исаева В. В. Фрактальность природных и архитектурных форм / В. В. Исаева, Н. В., Касьянов // Культура: вестник ДВО РАН. – 2006. – № 5. – С. 77.
10. Исмаил Халед Д. Альдин. Применение многоступенчатого фрактального метода в анализе шедевра исламской архитектуры – мечети Ахмад Шаха // Искусство Евразии, 2018. – № 3 (10). С. 37–47.
11. Капферер Ж. Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда: пер. с англ. Е. В. Виноградовой / под общ. ред. В. Н. Домнина. – М.: Вершина, 2007. – 448 с.
12. Климова Е. А. Сравнительный анализ конкурентоспособности организации и её продукции как элемент конкурентной стратегии // В сборнике: Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения. Сборник научных трудов студентов. 2020. С. 414–421.
13. Кошельник Д. Коллекционер брендов: Бернар Арно и его империя.
14. Кроновер Р. М. Фракталы и хаос в динамических системах. М., 2006.
15. Липская В. М. Философия костюма. Санкт-Петербург: СПбГУСЭ, 2011. 171 с.
16. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы. – Ижевск: ИИКИ, НИЦ «РХД», 2010. – 656 с.

17. Николаева Е. В. Нецифровая фрактальная живопись: историко-культурологический экскурс // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. 2013 № 8.1 (109). С. 223–228.
18. Николаева Е. В. Фракталы городской культуры: Монография. СПб.: Страта, 2014. – 264 с.
19. Николаева Е. В. Фрактальная динамика моды. Общество. Среда. Развитие. (Terra Humana). Вып. № 4 (29) М., 2013 г. С. 26–30.
20. Пайтген Х. О., Рихтер П. Х. Красота фракталов. Образы комплексных динамических систем. М.: «Мир», 1993. 176 с.
21. Павловская Е. Э. Дизайн рекламы: поколение NEXT. – СПб: Питер, 2003. – 320 с.
22. Петушкова Т. А. Фотографические коммуникации в рекламе модного костюма / Т. А. Петушкова, В. С. Белгородский // Костюмология. – 2019. – Т. 4, № 4. – С. 9. – EDN ANXENG.
23. Петушкова Т. А. Модный брендинг в дизайне костюма: вопросы коммуникации: Монография. – М.: РГУ им. А. Н. Косыгина. – 2021. – 117 с.
24. Сидоренко В. Ф. Третья культура. Первая Всероссийская научная конференция 29 мая 2017, МГХПА им. С. Г. Строганова С. 43–60.
25. Стадильская Н. А. Семиотический анализ брендинга // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 7.
26. Стор И. Н. Рекламная графика на изделиях текстильной и лёгкой промышленности XX–XXI веков: Монография. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2019. – 154 с. илл.
27. Трубецков Д. И., Трубецкова Е. Г. Фрактальное искусство. Изв. Вузов «ПНД», т. 24, № 6, 2016. с. 84–103.
28. Упине А. М. К проблеме взаимодействия моды и рекламы в аспектах имиджологии / А. М. Упине // Имиджология – 2004. Состояние, направление, проблемы. – М.: РИЦ АИМ. 2004. – с. 298–301.
29. Филонов П. Декларация «Мирового Расцвета» // Павел Филонов и его школа. Каталог выставки / сост. Е. Петрова, Ю. Хартен. Кельн, 1990. С. 75–80.
30. Хандогин Р. В. Фрактальность как свойство, способ и сущностная характеристика самоорганизации / Р. В. Хандогин // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2019. – Т. 8, № 2А. – С. 209–218.
31. Хахалова С. А. Возможности применения дискретной фрактальной парадигмы в исследованиях по метафоре [Текст] / С. А. Хахалова // Вестник ИГЛУ Сер. Филология. – 2008. – № 4. – С. 96–101.
32. Шарков Ф. И. «Магия бренда». М.: Альфа-Пресс, 2006.

Учебное издание

Петушкова Татьяна Анатольевна

Визуально-графические коммуникации модных брендов
в концепции «ФРАКТАЛ-АРТ»

Учебное пособие для вузов

Издательство «Наукоемкие технологии»

ООО «Корпорация «Интел Групп»

<https://publishing.intelgr.com>

E-mail: publishing@intelgr.com

Тел.: +7 (812) 945-50-63

Интернет-магазин издательства

<https://shop.intelgr.com/>

Подписано в печать 19.11.2024.

Формат 60x84/16

Объем 8,125 п.л.

Тираж 500 экз.

ISBN 978-5-907946-08-8



9 785907 946088 >