

Что такое хороший вкус и чувство гармонии? Кто-то уверенно ответит: это — нечто неуловимое и необъяснимое, дар от Бога. И многие стилисты нередко предпочитают окутывать искусство создания имиджа именно таким покровом тайны: «не всем дано» и «вам не понять». Однако найдется немало убежденных сторонников той точки зрения, что гармонию можно поверить алгеброй, нужно только знать законы сложения элементов. Кто прав?



Эксперт:  
Константин Богомолов,  
имидж-дизайнер и аналитик моды,  
руководитель международного учебного  
центра Bogomolov' Image School  
(Рига, Латвия),  
[www.bogomolov.lv](http://www.bogomolov.lv)



Рисунок: Евгения Калиш,  
fashion-иллюстратор,  
illustrators.ru

## СОЗДАНИЕ ГАРМОНИЧНОГО ОБРАЗА

### Мир ассоциаций

Давайте попробуем мысленно подобрать обувь к летнему романтическому платью — светлому, легкому, с цветочным узором. Что подойдет: вечерние черные туфли на шпильке, плетеные сандалии или спортивные кроссовки? Большинство людей, не задумываясь, выберут второй вариант как наиболее гармоничный, а в ответ на вопрос «почему?», скорее всего, сошлутся на традицию или сложившийся стереотип. И традиции и стереотипы действительно существуют. Но ведь когда-то они возникли впервые... И произошло это по подсказке интуиции.

Акт творчества всегда интуитивен, и не только в так называемых чистых видах искусства (музыка, живопись), но и в прикладных, к числу которых относится и мода. При этом ощущение гармонии у художника основывается на его ассоциативном мышлении.

В переводе с латыни слово *associatio* означает «связь». Однако подразумевается не физическая связь между некоторыми реальными объектами: романтическое платье никоим образом не соединено ни с сандалиями, ни с туфлями, ни с кроссовками.

Ассоциации – это отражение взаимосвязи предметов и явлений действительности в сознании человека. То есть нам кажется, что платье связано с сандалиями, – оно ассоциируется с ними. В процессе творчества нам помогает наша способность генерировать так называемые свободные ассоциации – понятия и образы, возникающие в сознании при упоминании или созерцании какого-нибудь объекта.

Свойство нашего мышления таково, что любой объект без напряжения порождает около десяти свободных ассоциаций, и эта способность не зависит от уровня интеллекта, возраста или образования. А вот сами ассоциации, безусловно, зависят.

Например, какие ассоциации вызывает у нас слово «стекло»? Один ответит: «прозрачность, прохлада, сияние», для другого это – окно и моющее средство, а кто-то вспомнит острые осколки, царапины и кровь. В любом случае, ассоциации – это те понятия и образы, которые не требуют объяснений. Они связываются с ключевым объектом как бы сами собой, без умственных усилий и рассуждений. Но не все ассоциации можно считать продуктивными для творчества.

## ЗАКОН ГАРМОНИИ ЕСТЬ!

Обратимся к конкретному примеру. Какие свободные ассоциации может вызвать черная женская туфля на высоком тонком каблуке (см. схему)?

Нетрудно заметить, что образовались два разных вида понятий. Первые четыре – так называемые **ЛОГИЧЕСКИЕ** ассоциа-

ции. Они возникают на базе знаний: нам известно, что это женская туфля, что ее покупают в магазине, носят с чулками и надевают для выхода в свет.

Подобные ассоциации творчеству мешают, поскольку загоняют нас в рамки стереотипа и вынуждают использовать предмет запрограммированным способом.

А вот другие четыре ассоциации – **ИНТУИТИВНЫЕ**. Это не свойства туфли и не сведения о ней, а отражение того, как мы данный объект восприняли, почувствовали. Она показалась нам сексуальной, опасной, в чем-то вызывающей и надменной. Таков ее имидж, то есть ассоциативный образ, описанный в свободных интуитивных ассоциациях. Теперь легко ответить, почему черные вечерние туфли не подошли к романтическому платью: оно вызывает у нас совершенно другие ассоциации. Таким образом, мы подбираем друг к другу не вещи, а впечатления, создаваемые этими вещами. И основной закон гармонии можно сформулировать так: гармония элементов имиджа – это соответствие не самих физических объектов, а вызываемых ими свободных интуитивных ассоциаций.

Не следует забывать, что не только костюм, но и внешность человека, его походка и голос – тоже часть ассоциативного портрета. Посему первую типичную ошибку стилист совершает тогда, когда привносит какие-либо элементы в имидж, ориентируясь только на то, что эти вещи сами по себе кажутся стильными, красивыми или модными. Однако ничего нельзя надеть просто «для красоты». Прическа «хвостик пони» и бантик в волосах явно не подойдут даме зрелого возраста, ведь в подобных элементах есть невинность, наивность и девичий романтизм, совершенно неуместные в ассоциативном образе этой дамы.

## В ПЛЕНУ НЮАНСОВ

Существует два основных вида гармонии. Первый – нюансная гармония, основанная на совпадении ассоциативных шифров. Выбрав данный способ создания имиджа, мы подбираем элементы, поддерживающие некую тему. К примеру, если это образ романтической девушки, то нашими рабочими ассоциативными шифрами станут юность, свежесть, одухотворенность, нежность и т. п. Создавая заданный имидж, мы найдем модель с соответствующей фактурой, например с хрупкой фигурой, мечтательным лицом и светлыми локонами, оденем ее в струящееся летнее платье и легкие сандалии, придумаем ей подходящую историю и роль, а в качестве фона возьмем усеянное ромашками поле. Поскольку ассоциативные шифры всех элементов этого имиджа совпадают, он кажется нам гармоничным. Однако кажется ли стильным?

Парадоксально, но факт: «слишком идеальная» нюансная гармония – враг стильности, потому что чрезмерно буквальное совпадение ассоциаций приводит к стереотипу, к скучной, безжизненной схеме. Это вторая типичная ошибка, которая нередко встречается в творчестве начинающих стилистов: пытаюсь сделать свое творение идеально гармоничным, они перегружают создаваемый образ монотонным повторением одних и тех же ассоциаций во всех его деталях и мелочах. Если это «роковая женщина», то непременно с вуалью и длинным мундштуком, если бизнес-леди – то с портфелем и в очках, а романтическая девушка – обязательно блондинка с воланами и ромашками. Но кому может понравиться, что ему неоднократно повторяют то же самое?! Повторы в имидже производят такое же впечатление, как и пересказ одного и того же анекдота в течение дня: в первый раз мы посмеемся, во второй – улыбнемся из вежливости, а в третий почувствуем раздражение. Чтобы избежать этого, следует подбирать элементы, ассоциации которых имеют нечто общее, но не копируют друг друга.

Вернемся к рассмотренному примеру образа романтической девушки. Можно ли избежать штампов и заменить в нем какие-то элементы, сохранив при этом заданную тему романтического настроения? Например, так ли уж обязательно ей быть блондинкой? Конечно нет! Например, рыжий цвет волос внес бы в образ оттенок дерзости и непредсказуемости, а темный – добавил бы сдержанности и благородства. Отдельными элементами и деталями можно дорассказать, добавить какие-то штрихи к тому, что уже есть, сделать образ богаче и глубже.

## СВОБОДНЫЕ АССОЦИАЦИИ

### ЛОГИЧЕСКИЕ

женщина

магазин

чулки

светский прием

### ИНТУИТИВНЫЕ

сексуальность

опасность

вызов

надменность



### РАБОТАЕМ НА КонтРАСТАХ

Второй вариант – контрастная гармония, основанная на противопоставлении ассоциаций. Возвращаясь к примеру с романтическим платьем, попробуем заменить плетеные сандалии грубыми ботинками на толстой подошве. Такое сочетание тоже кажется нам гармоничным, хотя в ассоциативных шифрах этих двух элементов нет ничего общего. Платье излучает нежность

и легкость, а ботинки – уверенность и «крутизну». Но соединив эти два элемента, мы получили новые ассоциации: свобода, непредсказуемость, «пофигизм». А ведь подобных ассоциаций не содержали ни платье, ни ботинки, если взять их по отдельности. Таким образом, контраст должен быть оправданным: противоположные элементы составляют гармонию только в том случае, если в результате их

соединения рождаются новые ассоциации. Еще пример: черный цвет у большинства людей ассоциируется с драмой, одиночеством, мистикой, а белый – с чистотой и невинностью. Но сочетание черного жакета и белой блузы дает новые ассоциации: благородство и аристократизм.

Разумеется, не любое противопоставление будет гармоничным: здесь легко сбиться в обыкновенную безвкусицу. Бездумное сочетание контрастных элементов приводит к китчу. А это и есть третья типичная ошибка начинающего стилиста: создавать образ на неоправданных контрастах, отдавая дань модному веянию или желая продемонстрировать смелость и парадоксальность своего мышления. Однако не подкрепленная идеей попытка «продвинуто» надеть кроссовки к маленькому черному коктейльному платью не убеждает нас в том, что это гармонично.

Конечно, китч тоже может быть стильным, то есть концептуальным. Примеры легко найти в коллекциях Vivienne Westwood или Jean-Paul Gaultier. Но в данном случае творчество стилистов основывается именно на дисгармонии, возведенной в ранг концепции.

### ПОСПОРИМ О ВКУСАХ

Хороший вкус, то есть чувство гармонии, – не что иное, как развитое ассоциативное мышление. Ключом к пониманию гармонии каждый из нас владеет интуитивно. И это закономерно: не нужно быть композитором, чтобы распознать фальшивый звук. Ассоциативное мышление – «шестое чувство», данное нам от рождения. И если пятилетний малыш заявляет вернувшейся из парикмахерского салона маме, что с новым цветом волос она «стала злая», не стоит отмахиваться от этой оценки на основании того, что ребенок, мол, ничего не понимает в моде. Подчас ребенок может очень тонко почувствовать ассоциативный шифр имиджа, поскольку у него меньше логических ассоциаций и нет навязанных модой стереотипов.

Конечно, вкус можно развивать. Но он зависит не от того, сколько журналов о моде пролистал человек, а от того, сколько и каких книг прочитал в детстве, сколько и каких фильмов видел, какую музыку слушал, сколько бывал в театрах и музеях, то есть как часто и как активно приобщался к искусству и природе. Именно это формирует его вкус и в одежде.

Однако вкус может быть не только хорошим или плохим. Он может быть и индивидуальным, что зависит от личных особенностей ассоциативного мышления



Фото:  
Hair by Clipso Artistic Team  
Styling: Karen Binns  
Makeup: Janet Francis

конкретного человека. Если бы все мы считали красивым и гармоничным одно и то же, мы бы превратились в однородную массу. При этом ассоциативное мышление не только несет на себе отпечаток индивидуальных особенностей конкретной личности, но и выступает продуктом накопленного культурного опыта всей цивилизации, наследником которой данная личность является. Потому у представителей разных культур ассоциации могут не совпадать. Порой это способно служить источником новых творческих идей. Достаточно вспомнить острое своеобразие коммерческих коллекций одежды, созданных японскими модельерами в Париже (например, Issey Miyake и Yohji Yamamoto). Они не несут груза ассоциаций европейской цивилизации и потому парадоксальны без нарочитости.

### Логика или интуиция?

Ассоциативные шифры человечество накапливало в течение многих тысяч лет. Сформулировать их, составить энциклопедии и внести в компьютер – идея заманчивая. Записал всё в программу, а потом стилист, создавая имидж, просто подберет нужные компоненты.

На самом деле компьютер никогда не заменит интуитивность этого процесса. Создание образа, как и любого произведения искусства, – акт творчества, которое немислимо без интуиции. Хороший стиль, как писал Д. Дидро, кроется в сердце. Логика поможет нам проанализировать результат, но стартовать всегда нужно интуитивно, полагаясь на свое ассоциативное мышление: да просто захотелось скомбинировать элементы именно так! Однако необходимо проверить себя логикой: отойти на пять шагов от собственного творения, взглянуться и объяснить себе, что же получилось в результате, соблюдены ли законы гармонии и нет ли чего-нибудь лишнего. Лишним может быть как элемент, привносящий дисгармонию, так и деталь, слишком настойчиво и буквально повторяющая общую тему.

Основное в имидж-дизайне – идея. Нельзя начинать с отдельных элементов, сперва надо уловить ассоциативный образ. Если он сформировался, то остается раскрыть его, играя и на нюансах, и на контрастах. В руках стилиста все виды гармонии, и, конечно, их соединение позволяет получить более интересный и оригинальный результат. Элементы образа – это как краски на палитре: можно играть сотнями оттенков. Главное – не заглушать ни внутренний голос, ни голос разума. **S**



Фото: Harry Booscock