

УДК 687.091:76.01

## Импрессивный метод художественного проектирования одежды как артефакта

**Махиня Елена Владимировна**

Аспирант,  
кафедра «Дизайн костюма»,  
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство),  
115035, Российская Федерация, Москва, Садовническая ул., 33/1;  
e-mail: Makhinya@mail.ru

### Аннотация

Целью данной статьи является введение в современную теорию и практику дизайна таких понятий, как «костюмотерапия», «импрессивный метод проектирования» и «одежда-артефакт». Актуальность этих понятий возросла на фоне полной смены парадигмы потребления и появления новых трендов, таких как «кастомизация», «клиентоориентированность» и «апсайклинг». «Костюм» в современном мире – это не только комплекс вещей, надеваемых на тело человека и выполняющих различные функции, среди которых – социально значимые, информативные и коммуникационные. Осознана и в целом принята идея того, что костюм имеет свой невербальный язык, сообщающий социуму информацию о том, кто его носит. Это может быть статус, профессия, личные качества, эмоции и многое другое. Все большее внимание исследователей привлекает костюм как продукт культуры, или «культурный артефакт». В связи с этим в проектировании одежды добавляется импрессивная составляющая, которая позволяет создавать одежду-артефакт и развивать направление «костюмотерапия». В «костюмотерапии» артефакт выступает как средство изменения самоощущения человека, самоопределения в едином духовном пространстве Вселенной: на первый план выходят творчество, любовь, доброта – все те качества, которые дают человеку положительную энергию для успешной самореализации. Особую значимость приобретает культурный код и семиотические смыслы, заложенные на этапе проектирования костюма как отражение идентичности человека. Этот новый подход к управлению качеством предлагает поставить на первое место характер и мотивацию потребителя (ранее на первом месте был эксперт). В этих условиях особенно актуальной становится задача разработки метода импрессивного проектирования предметов культурной среды, а также алгоритмизации художественного мышления с учетом ощущений, восприятия и чувств людей, живущих и функционирующих в данной культурной среде.

### Для цитирования в научных исследованиях

Махиня Е.В. Импрессивный метод художественного проектирования одежды как артефакта // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 12А. С. 130-136.

**Ключевые слова**

Костюмотерапия, одежда-артефакт, кастомизация, клиентоориентированность, апсайклинг, самоопределение.

**Введение**

Цель разработки метода импрессивного художественного проектирования одежды как артефакта с опорой на взаимосвязь цвета, формы, культурного кода и характера человека появилась при общей смене парадигмы с механистической на квантовую. Человек перешел на другой уровень развития. Вместе с изменением частоты Земли изменилась и частота человека, на первый план вышли духовные и импрессивные мотивации и желания, следовательно, произошла смена трендов, стали востребованы такие понятия, как экомоды, клиентоориентированность, кастомизация, апсайклинг и эмоциональный дизайн. Смена «общества потребления» [Бодрийяр, 2022] на «общество осознанного потребления» создает необходимость ввода импрессивного подхода в художественное проектирование одежды. Мы пришли к выводу, что семантическая модальность одежды в квантовой парадигме «общества осознанного потребления» не только детерминирована социальными и технологическими факторами, но и обладает определенными психологическими и терапевтическими смыслами. Доказана гипотеза кардинальной смены картина мира с механистической, где бытие определяет сознание, на квантовую, где сознание определяет бытие (рис. 1).



**Рисунок 1 - Изменения в сознании общества при смене парадигмы**

**Основная часть**

В связи с этим принципиально изменился подход к художественному проектированию [Коробцева, 2005]. В квантовой картине мира на первый план выходят иррациональные потребности, мотивация меняется с внешней на внутреннюю. Человек в антропологической системе «дизайнер – вещь – потребитель» принимает статус субъекта. Информационную базу исследования составили полученные автором на протяжении 2017–2025 гг. экспериментальные данные о взаимосвязи формы, цвета и внутреннего состояния человека. В результате их анализа мы пришли к тому, что существует корреляция между характером, формой и цветом выбираемой индивидом одежды. По итогам исследования внедрена авторская модель проектирования женской одежды на основе классификации типов индивидуальности,

темперамента личности, методики формообразования одежды с учетом взаимосвязей «темперамент – тип фигуры», «темперамент – цвет одежды», «темперамент – направление изобразительного искусства». Разработана классификация типов темпераментов на основе доминанты одной из натурфилософских стихий – земли, воды, огня, воздуха. На основе авторской концепции «АСТРОМОДА», предлагающей новый стандарт качества одежды с учетом импрессивной составляющей, мы описали алгоритм и нашли пути внедрения разработанной технологии проектирования в современный дизайн одежды [Махиня, Коробцева, 2020]. Импрессивный метод художественного проектирования коллекций женской одежды и его методологические принципы, которые включают конвергентный подход, культурный код и цветотерапию, позволил существенно изменить подход к критериям качества одежды и ее восприятию человеком. Обоснована необходимость введения понятия «культурный код» в парадигму осознанного потребления. Также на этапе художественного проектирования необходимо закладывать возможность конечных корректировок в зависимости от пожеланий человека, что позволит решить две практические задачи: с одной стороны, сделать коллекции клиентоориентированными, с другой – минимизировать товарные запасы. Культурный код как основа импрессивного метода художественного проектирования позволяет создать одежду-артефакт, обеспечивающую не только успешную реализацию коллекции, но и развитие духовного и творческого потенциала как дизайнера, так и конечного потребителя (рис. 2).



**Рисунок 2 - Сравнительный анализ культурных кодов XX века**

Введено понятие «культурный код» в художественное проектирование костюма. Основными параметрами при вычислении культурного кода являются: география проживания, семиотические смыслы исторической памяти, вера, культурные ценности и обычаи. При анализе терапевтического и бережного эффекта костюма неоспоримым фактом становится использование таких составляющих, как культурный код (бережная вышивка, узоры, кружева, отделка бисером, головные уборы), цветотерапия (элементы ручной росписи на изделиях). Работа над своим внешним состоянием с учетом этих аспектов включает и внутренние изменения.

Доказана необходимость введения в художественное проектирование одежды-артефакта принципов цветотерапии на основе соотношения «характер (стихия) – мотивация (желание) – цвет (живопись)». Подтверждена гипотеза о том, что, используя принципы цветотерапии в художественном проектировании костюма, мы создаем своего рода костюмотерапию, что является важной составляющей в создании одежды-артефакта.

Проектировочная деятельность в сфере квантового дизайна предполагает знание системы «дизайнер – вещь – импрессия – потребитель» [Махиня, Яковлева, 2022]. Для построения этой системы в исследовании был использован конвергентный подход, который синтезирует данные социальной психологии, эстетики, эргономики, антропологии, семиотики, физики и философии. На основе этого подхода была построена новая модель проектирования одежды-артефакта [Махиня, Яковлева, 2020]. На основе разработанного метода импрессивного проектирования одежды-артефакта и сформулированных закономерностей ее проектирования была создана серия коллекций женской одежды, пользующихся повышенным спросом у клиентов, которые часто отмечают терапевтическое воздействие одежды на их психологическое состояние. Реализация коллекций на ведущих дизайнерских площадках и форумах начиная с 2017 г. подтвердила эффективность и востребованность проведенного исследования. Проведенные по авторской методике экспериментальные исследования потребительских предпочтений клиентов в зависимости от выявленных типов индивидуальности и корреляций между формой, цветом, темпераментом подтвердили экономическую эффективность разработанного метода при создании капсул женской одежды, что позволило минимизировать остатки тканей и повысить оборачиваемость коллекций.

Применение общих и частных методов познания позволило реализовать комплексное междисциплинарное исследование, объединив результаты исследований из разных областей современного научного знания. Также методологическим основанием исследования стали общенаучные методы: анализ, синтез, типология и классификация. Использование системного и синергетического подходов позволило вписать работу по художественному проектированию в современный научный контекст, что дало возможность провести комплексный искусствоведческий и культурологический анализ проектирования одежды с разных ракурсов. Импрессивный подход позволил раскрыть психологические аспекты проектирования одежды, выявить цветовые и композиционные особенности проектирования одежды-артефакта, которая позволяет оказывать терапевтическое воздействие на потребителя.

Культурно-семантический метод, примененный в работе, открыл возможность исследовать национальную специфику одежды-артефакта, рассмотреть одежду как отражение культурного кода той или иной страны. Также доказана необходимость ввода конвергентного подхода к художественному проектированию одежды. Конвергентный подход подразумевает: 1) изменение субъектно-объектных характеристик потребителя одежды; 2) применение принципов квантовой механики к коммуникативным особенностям дизайна; 3) переход к проектированию одежды-артефакта; 4) использование принципов цветотерапии. В связи с этим важную роль в исследовании сыграли такие метатеоретические принципы современной науки, как принцип дополненности Н. Бора, принцип несепарабельности М. А. Розова [Розов, 1995], благодаря которым мы предприняли попытку ввести в научный оборот по аналогии с квантовой картиной мира понятие квантового дизайна, который учитывает не только антропологические параметры личности, но и личность в пространственно-временном и энергетически-импульсном поле. Также важен деятельностный подход к дизайн-проектированию Г. П. Щедровицкого.

Квантовую моду мы определяем как совокупность самых разнообразных стилей одежды,

детерминированную не столько социальными факторами, сколько индивидуальными предпочтениями личности. В данной ситуации наиболее актуальной задачей, связанной с процессом кастомизации, становится разработка новой классификации типов потребителей, ранжирующей потенциальных покупателей по эмоциональному и чувственному восприятию одежды. Основанием новой классификации покупателей стало выявление скрытых в подсознании предпочтений и антипатий.

Выдвинута и получила подтверждение гипотеза о том, что именно семантическая модальность костюма формирует моду каждого исторического периода и определяет покупательский спрос. Доказано, что семантическая модальность одежды в квантовой парадигме «общества осознанного потребления» не только детерминируется социальными и технологическими факторами, но и обладает определенными психологическими и терапевтическими смыслами [Махиня, Яковлева, 2023]. Именно семантическая модальность костюма, лежащая в основе создания одежды-артефакта, определяет спрос на одежду у потребителей. Целью метода импрессивного проектирования является определение правильной доминанты семантического концепта современного костюма.

Предложены теоретические основы импрессивного метода: конвергентный подход, создание коллекции одежды-артефакта на основе учета типов темперамента потребителя, цвета, формы, культурного кода, изобразительного искусства, которые определяют выбор потребителя. Импрессивный метод – это метод проектирования одежды-артефакта, в котором необходимо познание системы «люди – вещи» и переход к системе «дизайнер – вещь – потребитель», в основу которого положена методология дизайна Г. П. Щедровицкого [Щедровицкий, 2018] и импрессивный подход Н. А. Коробцевой.

Соответственно, квантовую моду как направление квантового дизайна можно определить как совокупность разнообразных стилей одежды, детерминированных не социальными факторами, но индивидуальными предпочтениями личности [Makhinya, Yakovleva, 2022]. Используя составляющие импрессивного метода при проектировании одежды, мы получаем одежду-артефакт, которая не только создает красивый внешний вид, но и является источником сильных впечатлений и вдохновения для человека, т. е. дополнительным источником энергии.

Импрессивный метод художественного проектирования заставляет переосмыслить подготовку дизайнеров по костюму. Требуется дизайнер нового уровня – импрессивный проектировщик. Предложено в подготовке специалистов-дизайнеров импрессивного проектирования использовать метод организационно-деятельностных игр, разработанный Г. П. Щедровицким на онтологических основаниях игровой практики, предложенной Л. С. Выготским. Для развития творческого образного мышления дизайнера и понимания потребителя необходимо использовать в обучении: рефлексию как способ мышления, конвергентный подход как метод и игровой способ обучения для развития творческого потенциала и самоопределения в профессии.

## Заключение

Практический опыт показал, что в дизайне костюма прослеживается универсальная для конвергентных технологий практика циклической верификации, которая состоит в чередовании процессов реализации исходной модели, дальнейшей ее апробации и корректировки с учетом полученных результатов.

---

## Библиография

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М.: АСТ, 2022. – 320 с.
2. Коробцева Н. А. Теоретические и методологические основы импрессивного подхода к проектированию одежды: дис. ... д-ра техн. наук. – М., 2005. – 483 с.
3. Махиня Е. В., Коробцева Н. А. Астромода как концептуальный подход к разработке коллекций женской одежды // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века». – М.: РГУ им. А. Н. Косыгина, 2020. – С. 36–39.
4. Махиня Е. В., Яковлева Л. Е. Новые технологии в дизайне костюма: вызовы и ответы // Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура». Ч. 1. Международная научно-практическая конференция «Изобразительное, декоративно-прикладное искусство, дизайн: традиционные и инновационные концепции»: сб. науч. статей; отв. ред. Н. В. Осипова. – Гжель: ГГУ, 2022. – С. 84–88.
5. Махиня Е. В., Яковлева Л. Е. Одежда как социокультурный код и артефакт // Слово. Текст. Источник: Методология современного гуманитарного исследования: материалы Международной науч. конф. – М.: РГУ им. А. Н. Косыгина, 2020. – С. 296–305.
6. Розов М. А. Явление дополнительности в гуманитарных науках // Теория познания: в 4 т. – М.: Мысль, 1995. – Т. 4. – С. 208–227.
7. Махиня Е. В., Яковлева Л. Е. Осознанное потребление как предпосылка квантового дизайна // Мода и Дизайн: исторический опыт – новые технологии: Материалы XXVI Международной науч. конф. – СПб.: СПГУПТД, 2023. – С. 208–211.
8. Щедровицкий П. Г. Материалы к программе разработки «Технологий мышления». Вып. 1. – М.: CORVUS, 2018. – 114 с.
9. Makhinya E. V., Yakovleva L. E. Quantum fashion as a new technology in costume design // Lecture Notes in Networks and Systems. – St. Petersburg: Springer Nature Switzerland, 2022. – Vol. 345. Technology, Innovation and Creativity in Digital Society. – P. 415–428.

## The Impressive Method of Artistic Clothing Design as Artifact

**Elena V. Makhinya**

PhD Candidate,  
Costume Design Department,  
Kosygin Russian State University  
(Technologies. Design. Art),  
115035, 33/1 Sadovnicheskaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: Makhinya@mail.ru

### Abstract

This article introduces contemporary concepts of "costume therapy," "impressive design method," and "clothing-as-artifact" into modern design theory and practice. The relevance of these concepts has grown significantly amid the complete paradigm shift in consumption patterns and emerging trends like customization, customer-centric approaches, and upcycling. In the modern world, "costume" transcends being merely functional garments - it represents a non-verbal language communicating the wearer's status, profession, personal qualities, and emotions to society. Increasing scholarly attention focuses on costume as cultural product or "cultural artifact." This perspective introduces an impressive component to clothing design, enabling the creation of artifact-clothing and advancing "costume therapy." In this therapeutic approach, the artifact serves as a means for transforming self-perception and self-identification within the universal spiritual space, emphasizing creativity, love, and kindness - qualities that provide positive energy for personal

fulfillment. The cultural code and semiotic meanings embedded during the design process gain particular significance as reflections of personal identity. This new quality management approach prioritizes consumer character and motivation over traditional expert opinions. These developments make the impressive design method for cultural objects particularly relevant, requiring algorithmic approaches to artistic thinking that incorporate human sensations, perceptions, and emotions within specific cultural contexts.

#### For citation

Makhinya, E.V. (2024). Impressivnyy metod khudozhestvennogo proektirovaniya odezhdyy kak artefakta [The impressive method of artistic clothing design as artifact]. *Kultura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (12A), pp. 130-136.

#### Keywords

Costume therapy, clothing-as-artifact, customization, customer-centric approach, upcycling, self-identification

### References

1. Baudrillard J. Consumer Society. Moscow: AST, 2022. 320 p.
2. Korobtseva N. A. Theoretical and methodological foundations of an impressive approach to clothing design: dis. ... Doctor of Technical Sciences, Moscow, 2005, 483 p.
3. Makhinya E. V., Korobtseva N. A. Astromod as a conceptual approach to the development of collections of women's clothing // Collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference within the framework of the All-Russian Forum of Young Researchers "Design and Art – a strategy for project culture of the 21st century." - M.: Kosygin Russian State University of Fine Arts, 2020. – Pp. 36-39.
4. Makhinya E. V., Yakovleva L. E. New technologies in costume design: challenges and answers // Proceedings of the international scientific forum "Education. Science. Culture". Part 1. International scientific and practical Conference "Fine, decorative and applied arts, design: traditional and innovative concepts": collection of scientific articles; ed. by N. V. Osipov. – Gzhel: GSU, 2022. – pp. 84-88.
5. Makhinya E. V., Yakovleva L. E. Clothing as a sociocultural code and artifact // Word. Text. Source: Methodology of Modern Humanitarian Research: Materials of the International Scientific Conference, Moscow: Kosygin Russian State University, 2020, pp. 296-305.
6. Rozov M. A. The phenomenon of complementarity in the humanities // Theory of Knowledge: in 4 volumes. Moscow: Mysl, 1995. Vol. 4. pp. 208-227.
7. Makhinya E. V., Yakovleva L. E. Conscious change as an attempt at quantum analysis // Fashion and business: historical experience – new technologies: Proceedings of the XXVI International Conference. St. Petersburg: SPGUPTD, 2023, pp. 208-211.
8. Shchedrovitsky P. G. Materials for the program of development of "Technologies of thinking". Issue 1. Moscow: KORVUS, 2018. 114 p.
9. Makhinya E. V., Yakovleva L. E. Quantum fashion as a new technology in costume design // Lecture notes on networks and systems. – St. Petersburg: Springer Nature Switzerland, 2022. – Volume 345. Technologies, innovations and creativity in the digital society. – pp. 415-428.