

ELEMENTE DE ESTETICĂ ȘI PSIHOLOGIE A VESTIMENTAȚIEI

Ing. Nuța DURBACĂ

Gr. Șc. Ind. „Gh. Asachi”, București



Ing. Daniela Elisabeta COSTACHE

Gr. Șc. Ind. „Gh. Asachi”, București

Prof. instr. Liliana Laura APOSTOL

Gr. Șc. Ind. „Gh. Asachi”, București

REZUMAT: Prezenta lucrare este reprezentată printr-o serie de elemente menite să contureze importanța funcțiilor estetice și psihofiziologice ale vestimentației umane prin sublinierea efectelor cromatice asupra esteticului, în concordanță deplină cu importanța percepției confortului optic asupra vestimentației. Întrucât promovarea noului în domeniul vestimentar constituie o preocupare a specialiștilor pentru realizarea unor produse practice, comode și în pas cu moda, reprezintă în același timp abordarea severă a unei tendințe ale activității de cercetare din ramura confecțiilor textile ca o simbioză între pragmatism, modă și psihofiziologia umană.

Cuvinte cheie: estetic, psihofiziologic, confort optic, efect cromatic, vestimentație.

ABSTRACT: The following paper represents a series of elements meant to outline the importance of the esthetical and physiological importance of the human clothing by emphasizing the chromatic effects on the esthetics according to the importance of perception on the optical comfort of clothing. Since the advertisement of the fashion in the clothing industry represents the specialists care for realizing practical and comfortable products and also in fashion also represents the severe approach of a tendency of research activity in the soft goods area as a symbiosis between pragmatism, fashion and human physiology.

Key words: esthetic, physiological, optical comfort, chromatic effect, clothing.

1. CONSIDERAȚII INTRODUCȚIVE

Estetica reprezentând știința care studiază legile și categoriile artei este considerată ca forma cea mai înaltă de creare și receptare a frumosului. Prin frumos, adaptat la îmbrăcăminte, se înțelege însușirea acesteia de a se potrivi cuiva, de a șede bine, de a fi utilă.

Esteticul poate fi analizat atât subiectiv, adică printr-o sumă de senzații care se transformă în reprezentări, formându-se astfel un complex de sentimente și idei, cât și obiectiv, atunci când fenomenul estetic este cercetat fără oglindirea lui în conștiință, ci privindu-l așa cum se prezintă din afară de către terțe persoane.

Deși este tot obiectivă, metoda sociologică ține seama de aspectul exterior, de cadrul social ce condiționează fenomenul estetic. De pildă, moda este o funcție socială și știm că operele de artă țin, în general, de moda timpului în care apar. Alte funcții sociale care influențează pe individ sunt imitația, tradiția și constrângerile exterioare. Publicul sancționează fie pozitiv, fie negativ esteticul care este produsul unui anumit tip de cultură. Legea celor trei stări se impune și în creația vestimentară și anume prin perioada de formație, perioada de viață și în fine de declin.

Uneori structura materialului textil din ansamblul vestimentar dă naștere unor procese fiziologice esențiale, neperceptibile (respirația pielii, absorbția de oxigen și evacuarea bioxidului de carbon, eliminarea de către piele a grăsimilor, a sărurilor în special NaCl, pentru funcțiile venoase, activitatea limfatică de transportare a oxigenului și a celorlalte substanțe în circuitul sangvin, mișcarea moleculelor de apă în piele, vasodilatație, vasoconstricției), cu urmări asupra psihicului, cu dispoziție conștientă sau incoștientă, depășirea fără efort a unei stări de stres, iar pe de altă parte indispoziție, stare de iritare, înclinație spre stări depresive.

Faptul estetic, în acest caz, este acela al plăcerii care nu are un caracter fiziologic, plăcerea așa zis morală care iese din complexitatea conștiinței noastre.

Plăcerea estetică este în afară de cenestezie (totalitatea senzațiilor organice) și poate fi senzorială, putându-se prelungi în afară de orice interes al eului nostru.

În creația vestimentară baza speculației estetice o reprezintă frumosul care produce o plăcere directă, simplă și imediată. Această plăcere rezulta dintr-o anumită senzualitate și este dezinteresată.

Frumosul dă o impresie de echilibru și de siguranță de sine în tratarea obiectului estetic. Este foarte mare

apropierea dintre aspectul clasic al lucrurilor și aspectul lor frumos. Frumusețea este legată cu oarecare excepții de creația clasică, de echilibru sufletesc, de calm, de armonie, de proporție, de echitate.

2. INFLUENȚA EFECTELOR CROMATICE ASUPRA ASPECTELOR ESTETICE

Determinările estetice ale volumelor și relievelor nu pot fi studiate fără ca, în prealabil, să fie cercetate două elemente estetice importante și anume culoarea și lumina.

Totalitatea radiațiilor de lumină de diferite frecvențe pe care le reflectă corpurile și care crează asupra retinei ochiului o impresie specifică, reprezintă culoarea.

Lumina este radiația sau complexul de radiații electromagnetice emise de corpuri incandescente sau luminescente și care impresionează ochiul omenesc.

Din cele două definiții, deși există noțiunile de lumină albă, lumină rece, lumină monocromatică etc., se poate spune că lumina determină culoarea.

Culorile, în combinații diverse, formează diverse raporturi și în primul rând raporturi de contrast, contrastele putând place din motive fiziologice, influențând în bine sau în rău armonia culorilor.

Sunt diferite moduri de a prezenta culoarea, mai luminat sau mai puțin luminat, făcând uz, în primul rând, de elementele luminii sau insistând mai mult asupra culorii.

În cazul suprafețelor lucioase, corespunzătoare materialelor textile aluminizate sau chiar aurite, se aplică legile reflexiei stabilite experimental, adică raza incidentă, raza reflectată și normala sunt în același plan, iar unghiul de incidență este egal cu unghiul de reflexie a luminii.

Radiația căldurii este dependentă și de culoarea acestora. Astfel culoarea corpurilor opace este determinată de radiațiile monocromatice pe care le reflectă.

Corpurile negre absorb toate radiațiile care cad pe ele, iar corpurile albe reflectă radiațiile incidente. Dacă un corp colorat este iluminat cu radiații de altă culoare decât culoarea sa, el va apărea negru, datorită faptului că absoarbe aceste radiații. Un corp de o anumită culoare reflectă radiații de culoarea sa și din această cauză în acest caz apare colorat.

În cazul pieilor de blană naturală, senzația de culoare sau nuanță poate fi reprodusă schematic, delimitând patru trepte distincte și anume (fig. 1):

a) reflexia de pe suprafețe plane tip oglindă. Strălucirea este foarte intensă cu schimbări bruște ale direcției de reflexie la schimbarea incidenței luminii.

b) reflexia de pe suprafețe cilindrice. Ochiul poate percepe străluciri, chiar dacă unghiul de incidență a luminii se schimbă.

c) reflexia de pe suprafețe biconice – cu posibilitatea de percepere din diferite unghiuri de incidență a luminii.

d) reflexia de pe suprafețe sferice.

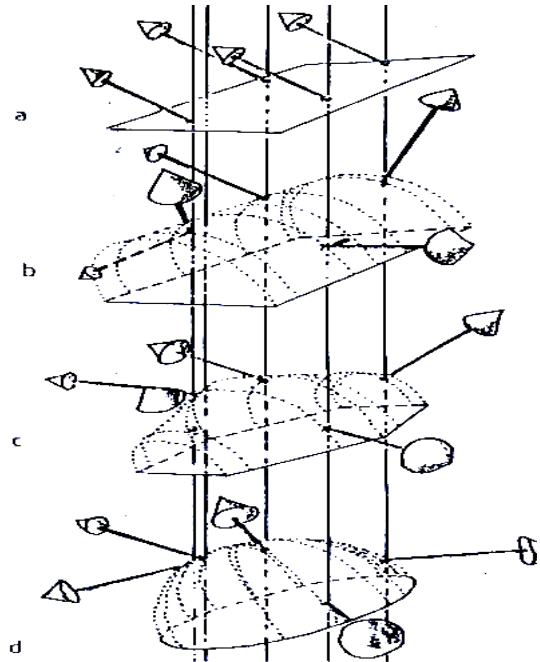


Fig. 1. Optica diferitelor forme de înveliș pielos [1].

În acest caz ochiul uman poate percepe tot timpul puncte luminoase pe această suprafață, cu condiția existenței unei surse de lumină incidentă.

Printre aspectele semnificative ale condiției umane figurează și vestimentația. Homo vestitus se dovedește la fel de reprezentativ pentru condiția umană ca și homo sapiens.

Prin îmbrăcăminte se înțelege sistemul de obiecte confecționate de către oameni, din materiale diverse, destinate să-și acopere cu ele corpul, fără a face imposibilă astfel mișcarea și deplasarea acestuia cu forțe proprii. Se face curent distincția dintre îmbrăcăminte – ansamblul pieselor de bază menite să acopere corpul și accesoriile ei: lenjeria, încălțările, mănușile, piesele pentru acoperit capul ș.a.m.d.

În afară de faptul că îmbrăcăminte are funcția de apărare, semnalizează funcția publică (uniformele) sau chiar rangul unei persoane, nu puține reacții și gesturi umane spontane ne îndeamnă să reținem și o altă justificare a îmbrăcăminte, cea psihologică. Persoana bine îmbrăcată dă întotdeauna dovadă de mai multă siguranță în mișcări, se simte mai puternică, mai în drept să întreprindă mai multe acțiuni colective sau individuale. De obicei, pe lângă toate celelalte „funcții” ce i se pot atribui, îmbrăcăminte amplifică, subliniază sau creează iluzia diferitelor proprietăți corporale, armonice, poate ascunde unele eventuale „defecte fizice” ale individului, sugerând totodată calități inexistente, cu ajutorul ei silueta umană se poate recompune la nesfârșit. Toate acestea aduc în discuție funcția estetică a îmbrăcăminte.

Condiția estetică a omului este impusă, deci, nu numai de corpul său, care se prezintă ca formă vizuală complexă,

ci și de sistemul de obiecte chemate să-l acopere, care va crea efecte pozitive, în condițiile adaptării armonioase la datele corporale concrete.

Astfel prin calitățile materialului, prin cromatică și decorația fiecărei piese de îmbrăcăminte, prin raportul dintre corp și îmbrăcăminte, prin raporturile dintre îmbrăcăminte și accesoriile acesteia, aceeași persoană, în funcție de împrejurări, se va prezenta altfel.

Fiecare poate deveni astfel, pentru celălalt sau pentru ceilalți, o prezență vizuală agreabilă, capabilă să încante și astfel îmbrăcăminte nu întotdeauna este cea de toate zilele ci, pe cât posibil, în funcție de împrejurări, una deosebită, aptă ca, raportată la datele corpului, să genereze spectacol.

Există fără îndoială diverse motivații ale îmbrăcăminte: practică, morală, socială, comunicațională, magică, în anumite împrejurări psihologică și estetică. Se înțelege, la nivelul experiențelor umane concrete, aceste motivații pot fi sesizate mai rar în „stare pură” ; obișnuit ele „fuzionează”, completându-se reciproc în cadrul aceluiași tot ce îl reprezintă îmbrăcăminte omului. Totuși aceste motivații se grupează în considerații practice (îmbrăcăminte de lucru) și în considerații preponderat estetice (îmbrăcăminte de ocazie, festivă, sau de stradă). Prin vestimentație se înțelege îmbrăcăminte cu toate accesoriile ei. De aceea, în practică utilizarea cuvintelor vestimentație, îmbrăcăminte, echipament sau, sinonime nu este deloc o greșală. Ele corespund specificului și momentului în care sunt purtate.

Referitor la denumirile pieselor specifice (fie îmbrăcăminte de lucru, fie îmbrăcăminte de sărbătoare), trebuie arătat că în multe cazuri ele sunt aceleași, deosebirea ținând de calitatea materialului folosit, de aspectul său estetic, iar câteodată de noutatea lui.

Să nu uităm că, mai ales în ultimele decenii, asistăm la o adevărată revoluție a unor elemente specifice îmbrăcăminte de lucru care ajung să fie integrate domeniului vestimentar.

Piese sau ansambluri de piese pentru articole de îmbrăcăminte având aceleași denumiri în ambele grupuri de cazuri sunt: rochia, fusta, bluza, pantalonul, vesta, vestonul, puloverul, pardesiul, paltonul, ciorapul s.a. O mențiune aparte merită „haina”. Obișnuit, se folosește pluralul cuvântului haină ca sinonim pentru îmbrăcăminte.

Analiza semantică a termenului demonstrează însă, că aceasta privește doar una din piesele de îmbrăcăminte. Haina, în sens respectiv, desemnează piesa de îmbrăcăminte cu deschideri în față ce acoperă trunchiul. Trebuie menționată și noțiunea de „costum”, termen desemnând, de obicei astăzi, ansamblul de piese vestimentare realizate fie din același material fie din materiale diverse, în condițiile în care potrivit uzului curent una o cere pe cealaltă. Noțiunea de costum, sinonim cu veșmânt, corespunde îmbrăcăminte cu care omul iese în lume. Așa de pildă, astăzi mai întâlnim încă studii tratând istoria costumului, când în realitate este vorba de istoria vestimentației.

Concluzia se explică și prin aceea că multă vreme vestimentația nu a constituit obiect de reflecție estetică sistematică pentru a i se preciza statutul.

Ca ansamblu de piese specifice vestimentației se menționează: ținuta ce cuprinde un ansamblu de piese ce se dovedesc obligatorii (ținută de serviciu, ținută de oraș, ținută de instrucție, ținută de luptă etc.) și toaleta, termen utilizat doar pentru vestimentația feminină, folosind în acest sens formulele: toaleta de zi și toaleta de seară.

Împreună cu veșmintele, obiectele pentru acoperit capul, mănușile, încălțăminte, poșetele, cingătorile, eventuale forme realizate fie din blănuri, fie din unele materiale textile, tricotate sau țesute – pentru acoperirea altor părți ale corpului cum sunt umerii, gâtul (fulare, șaluri, manșoane) – prezintă în egală măsură importanță atunci când se urmărește un anumit scop estetic.

Atât vestimentația cât și accesoriile ei – care pot fi asociate întregului ansamblu sau aplicate doar unor piese – apar condiționate nu numai de datele antropometrice ale exemplarului uman avut în vedere, dar și de unele elemente, cum ar fi: culoarea părului, a pielii, fizionomia etc.

Ceea ce pare interesant sub aspect estetic în cazul fenomenului modă este conștiința efemerității schimbărilor pentru care se optează acum.

Opțiunea are loc în condițiile în care există, de la bun început, convingerea că mâine „linia modei” va fi alta, că altele vor fi formele preferate, că obiectul ales acum va trebui abandonat maine.

Aspectul oricărui produs textil, efectul vizual pe care-l produce acesta este dat de complexitatea mai multor factori dintre care foarte important este designul.

La un produs vestimentar printre cele mai importante proprietăți sunt aspectul și culoarea, ambele strâns legate de destinația acestuia. Din punct de vedere tehnic culoarea unui material textil este de dorit dacă are o stabilitate bună și dacă este capabilă de a menține nuanța respectivă mult timp în condițiile utilizării materialului. Legătura dintre coloranți și fibrele textile trebuie să fie foarte puternică pentru a rezista la toate solicitările la care sunt supuse materialele în timpul purtării. Pierderea nuanței unui material textil se datorează, pe de o parte razelor luminoase, apei, reacțiilor rezultate în urma acțiunilor meteorologice, iar pe de altă parte acțiunii mecanice. Diferența dintre culoarea inițială și cea căpătată ca urmare a acțiunii factorilor menționați, pe anumite zone ale produsului, influențează starea de confort psihic.

Acțiunile mecanice, uzura, îndoirile repetate nu numai că slăbesc rezistența firului și prin urmare determină schimbarea formei firului, dar pot determina și pierderea culorii asemănător acțiunii apei, soluțiilor apoase cu detergent sau transpirației.

Anumite detalii ale produselor supuse, în special finisării „permanent press” au o rezistență scăzută a culorii (manșete, tivuri, dungi etc).

De asemenea, linia modei ce impune forma detaliilor reprezintă un factor important, de care trebuie să se țină seama la alegerea formei estetice a produselor. Asemenea aspecte deși au un caracter subiectiv și sunt în afara centrului de atenție a tehnologiilor din industria de confecții și textilelor, totuși au un rol important în ceea ce privește confortul optic. Deși, o caracteristică de aparență, drapajul, este foarte important și are o pondere foarte mare în determinarea aspectului exterior al produselor, dacă se pleacă de la definiția simplă a acestuia în sensul aranjării în cutie dispus artistic a unui produs de îmbrăcăminte. Deci dacă drapajul se observă, tușeul materialului la contactul cu suprafața corpului se simte. În afară de cunoașterea coeficientului și raportului de drapaj ce se pot determina, legat de drapaj se impune întotdeauna cunoașterea și a formei proiecției discului drapat sau a dreptunghiului de material fixat. Se impune realizarea de forme simetrice analizate în proiecții sau în funcție de forma și mărimea cutei.

Drapajul materialului în mare măsură este determinat în mod direct de natura și caracteristicile fibrelor și firelor din care este realizat. Fibrele și firele fine, rigiditatea și torsiunea mică precum și desimea mică a tricotelului și țesăturii sunt factori ce conduc la un drapaj cât mai mare, ceea ce duce la creșterea simțului de confort psihic al observatorului și purtătorului.

Un alt element ce influențează factorii estetici ai produselor îl reprezintă structura țesăturilor și tricotelurilor. Producătorii de materiale textile au la dispoziție o gamă largă de materii prime sub formă de fire și structuri pe care le pot combina în diferite moduri. Se pot folosi fire cu diferite torsiuni, fire suple sau voluminoase, fire de efect, materiale neconvenționale cum ar fi cele nețesute, deci o gamă largă de materiale care utilizate singure sau combinate dau posibilitatea realizării unei game largi și variate de produse de îmbrăcăminte. În afară de gama largă de materiale textile țesute, tricotate sau neconvenționale ce stă la dispoziția confecționarilor, se iau în considerare diferite procese de finisare cum ar fi: scamoșarea, tunderea, reliefarea, aspectului fizic etc, ce au un rol important în modificarea aspectului produselor textile.

Prin combinarea diferitelor materiale, finisate prin diferite procedee tehnologice se obține o gamă largă de materiale cu efecte estetice diferite pentru satisfacerea nevoilor industriei de confecții și exigențelor consumatorilor.

Aspecte estetice inedite aduc astăzi în discuție construcțiile industriale, instalațiile, agregatele, mașinile, aparatura tehnică și vastul sistem de forme funcționale fabricate, în absența cărora confortul nostru cotidian nu poate fi conceput.

3. CONFORTUL OPTIC ȘI VESTIMENTAȚIA

Promovarea noului în domeniul vestimentar constă în preocuparea a specialiștilor pentru realizarea unor produse

practice, comode și în pas cu moda. Datorită caracterului dinamic al modei, caracter influențat de dorința permanentă a omului de a se individualiza prin ținuta sa vestimentară, de a ieși din monoton, colectivele de creatori caută să satisfacă aceste cerințe prin proiectarea unor tipuri de produse în scopul satisfacerii cerințelor pieței în condiții de calitate superioară.

Creatorul nu se limitează la creația unei siluete rod al fanteziei sale, studiile sale trebuie întotdeauna să fie legate de un model concret care să se poată realiza industrial.

Creatorul ascultă cerințele pieței, le elaborează și le interpretează în funcție de ceea ce impune moda, creând modelele respective, analizând cu un ochi atent care sunt verigile reale tehnice și productive. Munca creatorului este o muncă de concepție și fiecare are modul său propriu de a-și desfășura activitatea, are dreptul și datoria să urmărească lucrul la propriile modele, de care și răspunde. La realizarea și dezvoltarea unei colecții nu participă numai atelierul de creație și de elaborare a colecțiilor, ci în diferite faze, aproape toate sectoarele unei întreprinderi.

Astăzi apare tendința de reducere a îmbrăcăminte de masă și realizarea unei îmbrăcăminte orientate spre client.

Astăzi și în viitor estetica are un rol mai mic, pe primul loc se situează funcționalitatea (îmbrăcăminte funcțională).

Deși, în general, creatorii de modă tind să aplice o multitudine de idei radicale, totuși există anumite concepte, anumite legi care rămân valabile în elaborarea unei siluete ce urmează să fie lansată sau mai concret a unei colecții, a unui ansamblu vestimentar de la care nu se fac derogări, asigurând fiecăruia confortul dorit.

Moda este surprinzătoare doar pentru consumatori, pentru creatori ea este previzibilă în interdependență cu factorii social – istorici ai momentului. În lucrare se tratează doar latura confortului optic conferit de culoare, linie, forma care în esență se reflectă în așa zisul confort social.

Întelepciunea națiunilor pretinde că despre culori și despre gusturi nu trebuie să se discute niciodată.

Epoca noastră a dat dezmințiri constante acestui aforism, căci nici nu se pot enumera lucrările recente ce tratează despre culoare și importanța ei în mai toate domeniile.

Tot așa cum cunoașterea solfegiului este indispensabilă compozitorului muzical, aceea a culorilor trebuie să fie preluatul oricărei creații în pictură și în vestimentație.

Dar, pentru aceasta specialiștii nu trebuie să se mulțumească cu elementele rudimentare ale acusticii sau ale opticii. „Culoarea nu este decât o senzație și n-are nici o existență în afara organizării nervoase a ființelor vii” (ROOD).

Datele analitice despre lumină și culoare vor susține inspirația creatorului fără să suprimă prin teoria sensibilității și emoția acestuia. Obiectivele nu au nici o culoare prin ele însele, dar ele au proprietatea de a absorbi anumite raze ale spectrului și de a le retrimite înapoi pe celelalte, după diversele influențe ale luminii albe sau colorate care le radiază.

Se știe că fenomenul percepției luminii este pur fiziologic și de un caracter bine definit. În consecință culoarea este în noi și nu în afara noastră. Savanții au demonstrat că și în cea mai completă obscuritate, se pot trimite creierului senzații colorate, stimulând energetic cu ajutorul unui curent electric, firicelele nervoase ale nervului optic.

Limbajul de specialitate întrebuințează în mod curent termenii: lumină caldă, umbra rece, armonie colorată, veselă sau tristă, însă nu va putea fi vorba de a defini exact cum o nuanță de culoare să se încălzească sau să se răcească și ce raporturi poate avea cu priceperea alegerii unei anumite culori sau grupe de culori. În vestimentație culorile pot determina alegerea țesăturilor în funcție de destinație și anotimp. În anotimpul rece se aleg culori calde mai apropiate de undele infraroșii, iar în anotimpul cald se aleg culorile apropiate de undele ultraviolete. Culorile influențează nervul optic oferind senzația de căldură iarna și de răcoare vara, în cazul în care grupa de culoare este corespunzător aleasă.

Din cele mai vechi timpuri, o clasificare teoretică a culorilor a preocupat pe savanți și printre artiști pe Delacroix, în special, care a fost unul dintre primii maeștri care i-au simțit necesitatea.

Numeroși fizicieni au încercat să stabilească o teorie bazată pe abstracția celor trei culori primare: roșu, galben și albastru. Young și Brewster, în special, care pretind că sunt trei feluri de lumini principale fundamentale, roșul, galbenul și albastrul, au arătat că prin amestecul lor în diverse proporții, rezultă toate celelalte lumini colorate. După Thomas Young fiecare element infinit de mic al retinei poate să privească și să transmită trei senzații diferite, posedând trei fibrile nervoase destinate să primească trei senzații. O categorie din acești nervi este sensibilă la acțiunea undelor luminoase lungi și produce senzația căreia i se dă numele de roșu și prin extensie senzația de cald, o a doua categorie este sensibilă mai ales la acțiunea undelor de lungime medie care produc senzația căreia i se dă numele de verde și prin extensie de rece și în fine a treia categorie stimulată energetic de undele scurte și care dă senzația cunoscută sub numele de violet (rece).

Prin urmare roșul acționează puternic asupra primei serii din acești nervi, însă el acționează, de asemenea, asupra celorlalte două serii, deși cu mai puțină energie. Tot astfel stă situația cu razele verzi și razele violete ale spectrului. Fiecare speță acționează asupra celor trei categorii de nervi, însă acțiunea ei este cu mult mai energică asupra celei care este destinată în mod special să o primească. Nervii primei spețe sunt energetic stimulați de către lumina roșie, mai puțin de către lumina galbenă și mai puțin bine de către lumina verde și foarte puțin de lumină violetă. Nervii celei de a doua spețe sunt foarte sensibili la acțiunea luminii verzi, mai puțin la lumina galbenă și albastră și mai mult la lumina roșie și violet. Nervii celei de a treia spețe suportă ușor influența luminii violete și se lasă din ce în ce mai puțin influențată de

celelalte feluri de lumină în ordinea următoare: albastru, verde, galben, portocaliu, roșu. Dacă însă se stimulează în același timp cu aproape aceeași energie cele trei categorii de nervi se va obține senzația căreia i se dă numele de alb.

Acestea fiind știute, creatorul de modă pornește la alegerea culorilor pentru un ansamblu vestimentar în funcție de anotimp, astfel încât să obțină următoarea relație între culori: cantitatea mare dintr-una din culorile ce va impresiona nervii unei spețe se va numi dominantă, cea care va impresiona mai puțin această grupă de nervi se va numi subdominantă și cea care va impresiona mult mai puțin, dar fără importanță se va numi sensibilă.

Dacă într-un ansamblu vestimentar vor fi folosite mai multe culori în aceeași măsură (cantitate, proporție) atunci cu siguranță nu se va vorbi de confort optic, ci dimpotrivă.

Confortul optic este stimulat deci prin modul în care se excită anumite grupe de nervi, prin alegerea culorii și nu în ultimul rând al cantității de culori alese.

Contrastul joacă un rol deosebit de important pentru confortul optic, el fiind opoziția în formă, culori, umbre, lumină. Lumina este contrastul umbrei, albul al negrului, acestea numindu-se contrast de ton. Purpuriul este contrastul verdelui, completarea sa. Aceasta se numește contrastul culorii.

Apropierea unei culori sau a unui ton opus către altul, produce un contrast de ton. Se produc ambele contraste deodată dacă creatorul admite pe același ansamblu vestimentar culori și tonuri diferite, dar aceasta constituie o greșeală de concepție.

Exemplu de contrast, așa cum rezultă din figura 2, un cerc alb, de aceeași dimensiune cu un cerc negru pare mai alb pe un fond negru și cercul negru pare mai negru pe un fond alb. Din două cercuri de aceeași mărime și de același gri, unul pare mai închis pe un fond deschis și celălalt mai deschis pe un fond închis.

Culoarea este percepută de către noi și nu de alții, din afară, așa cum ne închipuim.

Acest lucru s-a demonstrat făcând să se învârtască discul alb și negru al lui Benham și discul împărțit în sectoare negre și albe al lui Helmholtz (v. Fig. 3). Acestea dau la lumina zilei culori subiective diferite după viteza de rotație. În primul (discul lui Benham), prin rotație în sensul acelor de ceasornic, va avea pentru majoritatea experimentatorilor de la periferie către centru următoarele culori subiective: roșcat, gălbui, verzui, albastrui, iar dacă se schimbă sensul de rotație culorile se vor inversa. Discul din dreapta, a lui Helmholtz permite constatări asemănătoare.



Fig. 2. Exemple de contrast [1].

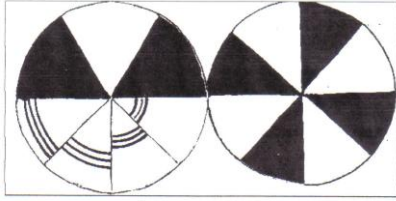


Fig. 3. Discul lui Helmholtz [1].

Deoarece complementarea unei culori aparține întotdeauna genului opus, una caldă suprapusă pe una rece se aprind reciproc. Acest lucru se întâmplă ca și cum s-ar încălzi culoarea caldă și s-ar răci culoarea rece. În cazul apropierii culorii roșii de verde, verdele devine albastrui și mai strălucitor. În cazul culorilor roșu și albastru verzui, ambele își măresc strălucirea. Prin apropierea culorilor roșu și violet, roșul prinde galben, iar violetul devine mai albastrui și mai puțin saturat.

Două culori calde suprapuse se vor răci una pe alta deoarece ele sunt influențate fiecare prin acțiunea complementării celeilalte, aparținând amândouă genului rece. În cazul roșului și portocaliului, roșul ia albastrul și devine purpuriu, iar portocaliul devine mai galben. Invers, două culori reci au tendința de a se încălzi, deoarece prin suprapunere țin prin natura lor fiecare de complementarea celeilalte, care aparțin de genul cald. De exemplu, la apropierea verdei albastrui cu ultramarinul, verdele ia din spectrul galben, iar ultramarinul ia purpuriu.

Dacă se apropie albul de altă culoare, înseamnă a da mai multă strălucire tonului, ca și când s-ar lua culorii lumina albă care-i slăbește intensitatea. Dacă însă se alătură de negru o culoare, înseamnă a adăuga negrului complementarea culorii juxtapuse.

Dacă creatorul dorește să evidențieze o culoare într-un ansamblu vestimentar, va folosi pentru aceasta griul, culoarea câștigând în strălucire și în același timp se colorează și cenușiul în completarea culorii care îi este juxtapusă. Punând o culoare închisă alături de o culoare deschisă, tonul culorii închise se ridică și tonul culorii deschise coboară, modificarea rezultând din amestecul complementarelor.

Plăcerea pe care o produce un contrast favorabil nu provine numai din aceea că culorile par mai strălucitoare sau mai saturate, fiind datorată și mediului de aranjare. Culorile par mai frumoase în acest caz, chiar dacă sunt din nuanțe mai slabe și șterse. Atunci confortul termic este foarte puțin influențat de culoare, în schimb confortul optic este întărit atât din punct de vedere fizic, cât și din punct de vedere estetic. Și în cazul culorilor stridente, printr-o aranjare corespunzătoare în ansamblul vestimentar se obțin tonuri foarte potolite.

Asupra vestimentației ca și asupra tuturor obiectelor are loc o expansiune de lumină, o iradiere, astfel încât ansamblul pare mai mare, se formează un halou în jurul

acestui dând astfel impresia de confort, amploare, libertate în mișcări.

Arta, deși este supusă regulilor matematice ale perspectivei și celor fiziologice ale anatomiei, nu se poate sustrage legilor luminii studiate în fizică. A iubi arta înseamnă a iubi lumina, iubită înainte de toate de oamenii care au inventat și focul.

După Thomas Young, fiecare element infinit de mic al retinei poate să primească și să transmită trei senzații diferite sau se poate spune că fiecare element al suprafeței retiniene posedă trei fibrile nervoase, destinate să primească trei senzații. O categorie din acești nervi este sensibilă la acțiunea undelor luminoase lungi și produce senzația de roșu; o a doua categorie este sensibilă mai ales la acțiunea undelor de lungime medie care produc senzația de verde și în sfârșit a treia categorie stimulată energic de undele scurte și care dă senzația de violet. Prin urmare, roșul spectrului acționează puternic asupra primei serii din acești nervi, dar după teoria lui Young el acționează, de asemenea, asupra celorlalte două serii, deși cu mai puțină energie. Tot astfel se întâmplă și cu razele verzi și cele violet ale spectrului. Fiecare categorie acționează asupra celor 3 categorii de nervi, însă acțiunea ei este cu mult mai energică asupra aceleia care este destinată în mod special să o primească.

Acest lucru rezultă din curbele reprezentând acțiunea diferitelor culori ale spectrului asupra celor trei categorii de fibrile nervoase (curbele lui Helmholtz din figura 4).

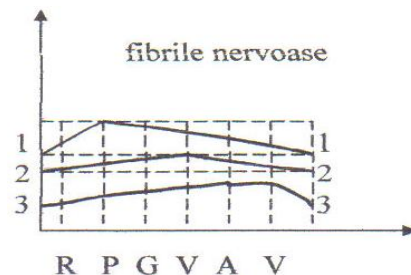


Fig. 4. Curbele lui Helmholtz [1]:

A – roșu; B – portocaliu; G – galben; V – verde; A – albastru; V – violet;
1 – categoria I de fibrile nervoase; 2 – categoria a II-a de fibrile nervoase; 3 – categoria a III-a de fibrile nervoase.

Un alt punct de vedere al teoriei lui Young este acela că dacă se stimulează în același timp cu aproape aceeași energie cele trei categorii de nervi se va obține senzația căreia i se dă numele de alb. Acest lucru rezultă și din modul de împărțire a culorilor bazate pe tehnica numită colorimetrică, rezultată din diagrama colorimetrică (v. fig. 5), unde culorile spectrului sunt așezate în lungul unei curbe care seamănă oarecum cu un triunghi ale cărui vârfuri ar fi: roșul, violetul și verdele în partea rotunjită. Lumina albă este în centrul figurii și punctele care reprezintă lumini complementare sunt situate pe o dreaptă care trece prin alb.

Linia curbă reprezintă culorile spectrului cu gradații corespunzătoare în lungimi de undă.

În ceea ce privește adoptarea culorilor de interior se menționează că s-a ajuns la o standardizare a acestora pornindu-se de la premisa că galbenul, portocaliul și roșul dau senzația de căldură, în timp ce azuriul, bleul-turcoaz sunt denumite culori reci și în aceste condiții se folosesc în medii calde.

Culorile exercită o certă influență asupra comportamentului indivizilor. Astfel, culoarea roșie afectează inima și sistemul nervos, stimulează pofta de mâncare, creând în același timp o ambianță veselă. Culoarea galbenă predispozează la discuții, dând în același timp o senzație de mulțumire. Culoarea verde crează o senzație de odihnă după o muncă încordată, iar culoarea albastră crează o senzație de destindere.

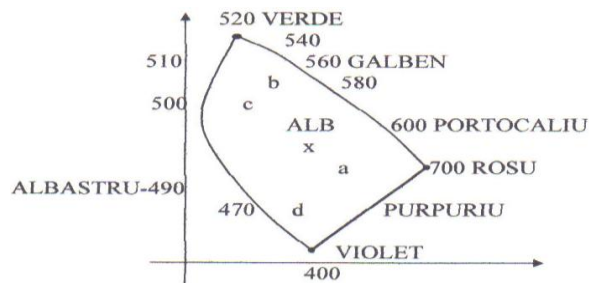


Fig. 5. Diagrama calorimetrică [1]

a – vermilion; *b* - galben de zinc; *c* – verde de smarald;
d – ultramarin. Ivorie sau crem lucios – 70%; verde deschis – 60%;
lemn sau furnir – 12%; kaki lucios – 35%; Pardoseală de lemn – 10%.

Prin culoare se sugerează elementele de bază (bucurie-tristețe) sau ale tonusului afectiv (stenic-astenic). Prin culoare se produce voluntar o stare psihică prin construcția formelor și culorilor: calm, echilibru, liniște, pace, anxietate, teroare, neliniște, competitivitate, agresivitate și în plus reprezentarea imediată a spațiului.

Culoarea se alege și în raport cu gradul de reflexie, așa cum rezultă din figura 5.

4. CONCLUZII

Având în vedere elementele mai sus prezentate, se subliniază importanța primordială a efectelor cromatice și a confortului optic asupra vestimentației, față de care creatorii de modă trebuie să manifeste o atenție deosebită, deoarece acestea influențează din punct de vedere psihofiziologic și comportamental asupra modelelor umane.

BIBLIOGRAFIE

- [1] **Mitu S.**, *Structurarea produselor*, Note de curs, Iasi, 1995.
- [2] **Caragea, C.**, *Istoria vestimentației europene*, Editura Almanahul Banatului, Timișoara, 1995.
- [3] **Thomas, C.**, *Filozofia vestimentației*, Editura Institutul European, București, 1998.