

highlighted in the article. Compliance with one style is the distinctive feature of the classic clothes, but its numerous varieties have some significant differences. English classic holds a distinguished position among substyles. Classic style has been distinguished as the basis of the formal style.

Fashion had gained more playful features in the postmodernist society at the end of the twentieth century, and the eclecticism has been continuously gathering momentum with each passing year. The mix of classics with casual and romantic style or some notes of the rock style added to the classic style can be observed. And the classic style has been assuming a new form with a slight touch of chic!

Women's classic costume has been represented in a wide range of colors, both of traditional range and other colors set – burgundy, emerald green, sand, indigo. Traditionally, combination of more than 3 colors in one look is not allowed in classic style. However, stylists and designers also prefer not to work with the monochrome look created on the basis of one color shade. The combination of two or three harmonious colors is traditionally followed for stylish and expressive look creation. In this context should be noted that such classic colors as black, gray, white, and beige match well, and a small blend of bright or pastel shades is allowed. Looks with dark blue or brown shades blends have been represented in recent fashion collections. Gold, red, green, and cobalt shades have been used as separate touches.

Thus, the classic style, being the most conservative, has undergone very little changes in the fashion history. The range of colors, the shape of the pockets, the type of fabric, the length of the sleeves and trousers, some other elements have undergone some changes, but the classic style generally remained the same.

Key words: fashion, costume, classic style, subtypes, formal office style, Chanel style.

Надійшла до редакції 3.11.2019 р.

УДК 391:338.4]:792.02(477)

СУЧАСНІ ДЕФІЛЕ В УКРАЇНІ ЯК ПРЕЗЕНТАЦІЯ МОДНОГО ОБРАЗУ

Кузнцова Валерія Олександрівна – аспірантка,

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

LK.Ler4ik1010@gmail.com

DOI

<https://orcid.org/0000-0001-9252-7480>

Дефіле розглядається як засіб демонстрації трендів і як складний організований художній процес із власною образною системою та власними методами відтворення. З'ясовано, що мода створює узагальнений модний образ, тісно пов'язаний з художнім образом, а засоби театрального вираження, такі як декорація, музика, світло та маска, допомагають гармонізувати ідею й художній образ дизайнера, за допомогою них ідея дизайнера і сам образний стрій колекції впливають на глядача і як візуальний, і як емоційний об'єкт. Із статті стають зрозумілими основні тенденції української індустрії моди, яка використовує західні ідеї для показів мод, але одяг і сам імідж набувають суто національних особливостей.

Ключові слова: дефіле, театральне дійство, fashion-шоу, сценографія, модний образ, образ-інсталяція, подумний образ, українська мода.

Постановка проблеми. Понад століття існує історія модних показів. За цей час відбулися величезні зміни, і нинішні дефіле мало схожі на ті, що були колись. У ті часи покази мали лише одну функцію – демонстрацію одягу.

Витоки концептуального напряму впровадження художніх образів у сучасному дефіле сягають західноєвропейського мистецтва кінця XIX ст., авангардного мистецтва початку XX ст.; як самостійний напрям виділився у постмодернізмі другої пол. XX – початку XXI ст. і утверджується в модній індустрії різних країн. Приклади XX ст. показують, що економічне процвітання в основному пов'язане з культурою [2]. Сьогодні дизайнерам все важче залучати і утримувати публіку, кожен раз потрібно винайти щось нове і оригінальне, щоб виділитися і запам'ятатися. Звичайно, чимало модельєрів і Будинків моди виготовляють колекції і показують їх, але зазвичай це більш яскраво проходить у відомих компаній зі своєю усталеною аудиторією і репутацією. Сучасні дефіле стали важливим атрибутом презентації будь-якого успішного Будинку моди. Організатори дефіле не шкодують грошей на антураж, музику і світло; запрошують відомих людей для показів, намагаються знайти свою «родзинку», яка б відрізняла їх показ від будь-якого іншого.

У сучасній культурі мода має широкий вплив на систему цінностей та установок людини. Як відомо, мода популяризує образ «ідеальної» людини, чоловіка і жінки, який здійснюється за рахунок впливу через засоби масової інформації, рекламу. Для більшості дизайнерів та Будинків моди дефіле стало своєрідною візитною карткою, однією з можливостей комунікації зі споживачем, до якого залучаються різні жанри мистецтва, що передбачає набуття нових культурних цінностей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що мода цікавить і філософів, і культурологів, і мистецтвознавців, і дизайнерів тощо. Феномен моди розглядався з різних ракурсів у

працях Р. Барта, Ж. Бодріяра, Т. Веблена, Г. Зімеля, В. Зомбарта, А. Кребера, Г. Тарда, Г. Спенсера та ін. У згаданих авторів мода розглядалася як мистецтво, творчість, код, ритуал, звичай, імітація; її пов'язували з процесом ідентифікації, індивідуалізацією особистості тощо. У західних учених – Х. Г. Гумбрехта, Ж. Липовецького – мода розглядається в сучасних суспільних трансформаціях. Українські дослідники у своїх роботах теж зверталися до аналізу феномена моди – Л. Дихнич, Г. Куц, Ю. Легенький, М. Мельник, Л. Ткаченко.

Культурологи й мистецтвознавці найбільше досліджували художні аспекти моди. Через стрімкий розвиток способів демонстрації дефіле, тема культурного значення модного показу є об'єктом уваги дослідників в останній час. Значення модного показу розглядається у роботах: Дж. Ваттімо, С. Гуцол та ін. У ключових роботах Р. Варте, С. Зонтаг, О. Арансон звертаються до форм візуалізації моди, вписуючи моду в різні дискурси. Дагган Дж. Г. на прикладах найбільших шоу світу розкрив тему сучасних показів мод та їх зв'язок із мистецтвом перформансу. К. Еванс у роботі аналізує чарівне дійство на подіумі.

Питань значення модного показу торкалися у роботах Дж. Ваттімо, А. Рослякова, Е. Васильєва, С. Гуцол, М. Грусман, Г. Могилевська тощо. Презентації колекцій дизайнерів-концептуалістів П. Кардена, Х. Чалаяна, М. Маржиєли, дуєта Віктор і Рольф, Й. Ямамото розглядаються у колективній монографії «Модне шоу» (Fashion Show, Hamburg, 2006). Автори прослідковують розвиток художніх концепцій у режисурі показів. Т. Макарова, С. Макаров розглядають актуальні прийоми оформлення модних шоу в 1991-1995 рр. за допомогою інформаційних технологій.

Сценографію модних показів досліджували Г. Литвинов, В. Проскураков, Р. Салахов, К. Кузьміна, С. Лінда, Р. Квасниця. Аналіз колористичного та світлового вирішення на подіумі виявляли А. Костіна, М. Люшер, Л. Міронова, С. Прищенко, М. Серов, К. Соррел. Проте інформації, що стосується модного образу у сучасних дефіле бракує. Тож *мета статті* – визначити особливості формування модного образу у сучасних показах моди.

Вклад основного матеріалу. Модні покази з'явилися, коли англійський модельєр Чарльз Ворт вирішив одягнути дружину в свої наряди, щоб привернути увагу покупців і покращити продаж. Це було у ХІХ ст. Це спрацювало, і даний прийом був прийнятий усіма модними Будинками. У той час не було жодних особливих вимог до моделей, вони лише повинні були бути красивими і плавно рухатися.

Частина істориків моди акцентують на тому, що «Поль Пуаре став першим дизайнером, який вивів моделі на імпровізований подіум – доріжку посередині кімнати. Потенційні покупці перебували з обох боків, що давало змогу їм розглядати моделі одягу в усіх ракурсах. Сталося ця важлива для історії моди подія 1909 р. До подібного дефіле манекенниці демонстрували одяг лише в умовах світських раутів» [1; 26]. Модельєр П. Пуаре, перетворив покази мод на справжні перформанси, включаючи театральні вистави, які оформляли покази його колекцій. Але питання щодо першості подіумного показу одягу дизайнером П. Пуаре спірне, оскільки є відомості про Лондонський модний Дім «Maison Lucile» дизайнерки Люсіль Дафф-Гордон, що існував наприкінці ХІХ ст., де було влаштовано спеціальний салон для показу моделей власного виробництва.

«Відомо, що перший такий показ відбувся 1897 р., причому концепція його була досить близькою сьгоднішнім показам моди: дівчата-манекенниці рухалися під легку невимушену музику, дефіле нагадувало сценічне дійство і завершувалося чаюванням» [1; 26]. З тих пір багато дизайнерів і Будинків моди почали активно проводити подібні покази.

Що ж таке дефіле? В англійському світі замість «дефіле» часто використовується термін «fashion runway», або «catwalk», що, по суті, означає одне й те саме. Буквально «дефіле» перекладається як «вузька ущелина», прохід між пагорбами. Деякі джерела стверджують, що термін використовується у військовій термінології або в кінному спорті. Але, звичайно, пов'язуємо це з моделінгом. У традиційному понятті дефіле (синонім – «модний показ») – це демонстрація одягу з нової колекції на моделях. Дефіле – інструмент, який багато десятиліть допомагає презентувати образи людей і їхній світ. Враховуючи комплексне застосування дефіле, цей засіб може ще надовго залишатися основним інструментом масового створення образів. Саме тому важливість дослідження використання художніх образів під час дефіле та впливу на ці процеси модних тенденцій є досить актуальним аспектом наукового дослідження. Деякі видання помилково називають дефіле «ходом подіумом». По суті, поняття дефіле має більш широке значення: це хода моделі, її поза, вираз обличчя, пластика, здатність повертатися і позувати. Модний показ – це демонстрація образу на подіумі моделі, те як вона може подати себе глядачам, показати себе і одяг, взуття, аксесуари, які представляє. У всіх випадках дефіле залежить від режисера, музичного супроводу та тематики шоу.

Над роботою з організації дефіле стоїть велика група людей, що відповідають за створення образу шоу. Тут можна побачити схожість між театральним виконанням вистави та показом мод.

Організацією створення образу вистави займається сценографія (театральньо-декоративне мистецтво, вид художньої творчості, що займається його оформленням і створенням образотворчого пластичного образу, що існує в сценічному часі і просторі [6; 1]. Організацією дефіле також займаються художники-сценографи. Зазвичай така команда містить художників, дизайнерів інтер'єрів, художників зі світла, інженерів-конструкторів, звукорежисерів та архітекторів на чолі з головним дизайнером модного Дому, втілюючи всю ідею колекції та бренду в сценічному середовищі модного показу [6; 1]. Сценічне середовище, як предметний світ сцени, складає головну матеріальну, фізично відчутну частину сценографії [8]. Вона складається з театральних засобів виразності постановки, основними з яких є: декорація, шумове оформлення, сценічне світло, грим і маска. Подіум – це така ж театральна сцена, що складається з зони бекстейдж (зона «за кулісами»), куліс, що складаються з трьох панелей (задник) і самої сцени, якою проходять моделі, – «язик» подіуму. Тому організатори показу використовують ті ж самі засоби виразності, що і художники-сценографи театрів. З року в рік модельєри, як і художники-сценографи, впроваджують і використовують новинки, ефекти в сфері створення сценічного середовища (наприклад, 3D-проекції), працюючи у тандемі з дизайнерами зі сценічного оформлення, режисерами, інженерами, художниками світла. Всі вони працюють над втіленням дизайнерської ідеї; вони створюють таке середовище, що повністю розкриває образ колекції.

Наприклад, при показі вечірніх суконь, найчастіше показ моделей буде розмірений, чуттєвий, а рухи плавні. А в демонстрації купальників, або нижньої білизни, вони більш енергійні, імпульсивні. Крім того, в деяких шоу є певні обмеження на образ, потрібно дотримуватися безпристрасного виразу обличчя, тоді як в інших, навпаки, вітається імпровізація, грайливість, флірт. У сучасній фешн-індустрії показ мод – складний і чітко організований процес. Показ мод триває, зазвичай, лише 30 хвилин, і за цей час демонструють приблизно 50 моделей-образів.

Термін «лук» (англ. Look) – це добре продуманий цілісний образ, створений за допомогою ретельно підбраного одягу, аксесуарів, зачіски [5; 1261-1262]. В усіх напрямках культури у XXI ст. вживається ця термінологія.

Модний одяг має елементи – силует, лінії, колір, форму, але ці елементи повинні мати цілісність. Комунікація одягу починається з дизайнера – художника у своїй галузі; образ потрапляє до носія одягу – одержувача інформації. Структура повідомлення художнього образу і модного одягу розгортається за однаковими каналами. Модний одяг спочатку створюється практично не як річ, а як образ. Образ панує в реальності. Моделі в модних журналах, на телебаченні подаються не як одяг, а як образ соціального статусу, віку і сімейного стану. Весь творчий колектив працює над одягом – фотографи, дизайнери, моделі, стилісти. Модний одяг є результатом колективної роботи, але ця робота представлена у вигляді показу, на сцені подіуму. Це ще одна точка контакту між художнім образом і одягом. Мистецтво входить до повсякденного життя на різних рівнях. Модний образ активно привносить мистецтво. Джерело натхнення модельєра не трансцендентний світ, а сакралізація життєвого світу, світу реальності. У той же час у високій моді виникає об'єктивація ідеального світу. Модний образ транслюється модною фотографією, журналом моди, вітриною бутику, телебаченням. Модний образ оновлюється модним персонажем, іконою моди. Образ, розрахований на споживача, будується командою професіоналів і легкий для копіювання. Мода відмовилася від єдиного образу. Показ мод стає театральним актом.

Крім соціокультурного виміру візуальних модних образів, можемо говорити про різні типи найбільш образного уявлення. Розглядаємо один тип модного образу – образ-інсталяція подіумний образ, хоча паралельно існує фактичний образ (буквально «сфокусований»).

Концепція фактичного зображення розкривається у візуальній теорії XX ст. П. Вірільо («Машина зрення»). Це зображення є фіксацією моделі нерухомості на фотографіях, кінематографі та глянцеви́х журналах, зображення розбите на серію розкадрувань, для нього характерне використання певного типу штучного освітлення. Образ-інсталяція є більш складним візуальним типом. В образі-інсталяції предметність є просторовою цілісністю; звертаємо увагу на те, що ця цілісність досягається автором модного образу і тих, хто транслює високу моду через поєднання різних просторових і часових компонентів, динамізуючи їх для конкретного візуального завдання – показ моделей з використанням різних візуальних прийомів. Подіумний образ посилює момент динамізму, наповнює візуальний образ театральності. Образ подіуму спирається на архетипічні несвідомі схеми, що рівномірно залучають як свідомі, так і несвідомі структури індивіда. Поєднання свідомого і несвідомого, видимого і невидимого, подіумний образ змінює мислення, проникає в кіно (відео-кліп, подіумний відео-кліп) і глянець. Під час fashion-шоу, режисери використовують всі можливі сучасні технології з єдиною метою – розкрити художній образ. В одязі, колекціях модельєрів яскравішою деталлю стає сам художній образ, навколо якого будується навіть крій, колір, фактура тканини. Ідея образу стає основою методу театралізації, за

допомогою якої розвивається тема, форма, стиль. Іноді недосвідчені модельєри і режисери фантазують заради враження глядачів, але такі шоу не розкривають задум образу; професіонали ж знаходять адекватну форму втілення ідей дизайнерів одягу.

Великою популярністю в дизайні видовищного образу для сучасних дефіле слугують тематичні покази, що являють собою створення рекламних тематичних показів на певну образну тематику. Ідеями тематичних показів можуть слугувати кінофільми, казки, сюжети з життя, характерні образи і певні стилі. Темою дефіле можуть бути постановочні тематичні покази, з використанням образної стилістики: історичних та народних костюмів, старовинних замків, картин природи, сучасних вулиць, промислових підприємств тощо. Особливою популярністю в модних молодіжних виданнях користуються теми: міфів, легенд, живі ляльки, герої кіно та мультиплікаційних фільмів. Тематикою можуть виступати навіть біблійні сюжети, або варіанти дитячих історій, оповідань, казок.

Казка користується стійкою популярністю як у дітей, так і у дорослих, вважається одним із кращих зразків літератури в жанрі абсурду. У ній використовуються численні математичні, лінгвістичні та філософські жарти і алузії. Хід розповіді, структура казки, її образи мали сильний вплив на різні галузі мистецтва, особливо на жанр фентезі в літературі, театрі, кіно, графічному дизайні та проектуванні видовищного костюма [4; 198]. Тематичні дефіле можна проводити як у приміщенні, так і відповідних інтер'єрах або на природі. Перевага тематичного дефіле в приміщенні полягає у можливості використання постановочних студійних предметів і декорацій, професійного освітлення. У приміщенні можна якісно підготувати макіяж і зачіску, показ не залежить від погодних умов і змін освітлення. Але студійна фотосесія не завжди має змогу передати все багатство природи та оточуючого середовища. У той же час, тематичні фотосесії на природі відрізняються динамічністю. Тематика може бути пов'язана з порою року, проявами погоди. Взимку це можуть бути зимові ігри (сніжки, катання з гірки, ліплення сніговика), а в теплу пору – пляжний відпочинок, пікнік, ігри на свіжому повітрі. Образи виконують своє справжнє призначення тоді, коли вони відображають і розкривають фізичну реальність [3]. Дизайнери стилів створюють цілісні образи, присвячені творчості видатних художників або окремих напрямів мистецтва, інтерпретуючи та переосмислюючи їх. Те, чи стане результатом цього творчого переосмислення твором мистецтва, залежить від контексту, в якому модний образ репрезентується. Модні Будинки намагаються перевершити один одного, будувати прикраси у вигляді супермаркетів і паризьких вулиць, прикрашаючи простір десятками тисяч квітів, дзеркал і плазмових екранів, а також запрошують до співпраці відомих скульпторів і художників. Лідером у справі сценографії є Chanel. Карл Лагерфельд легко може встановити на подіумі гігантський айсберг зі справжнього льоду (Chanel осінь-зима 2010), поставити космічний корабель вагою кілька сотень тонн посередині Гран-Пале (Chanel осінь-зима 2017 р.) або «одягнути» палац в аеропорт (Chanel весна-літо 2016 р.). Подібні експерименти стимулюють інші світові бренди йти в ногу. Найвдаліші постановки можна згадати шоу світових брендів Alexander McQueen (відтворення аварії корабля для весняної колекції 2003 р., гра в шахи людьми навесні 2005 р. (Париж) і показ осінньої колекції в 2006 р., Widows of Culloden («Вдови Каллоден»), в якому задіяна голограма супермоделі Кейт Мосс у людській зріст, одягненої в ярди хвилеподібної тканини) (Париж); локомотив на показі Louis Vuitton осінь-зима 2012 р. або карусель на шоу весна-літо 2012 р.; Louis Vuitton весна-літо 2013 (Париж) (Моделі в костюмах наче з епохи 60-х – подібно носила героїня Одрі Хепберн у фільмі «Як украсти мільйон» У. Уайлера – парами спускались з ескалатора і ступами на блискучу підлогу, схожу на величезну біло-жовту шахову дошку) та багато ін.

Українська культура також приємно дивує сьогодні новими показами, театралізованими fashion-шоу, сучасними підходами моди, новими образами та їх дизайном. Україна перейняла світові тенденції тижнів моди, показів, створення дизайнерських домів. І хоча світова мода втратила свою національність, дизайнерські колекції не відрізняються за кольором від місцевого костюма, а лише за брендом модельєра, де можна розпізнати певний крій. Українською модою часто можна зустріти національні костюми прикраса, вишивка, зроблена з традиції українських матеріалів, що трансформуються і адаптувати те, що робить сучасний споживач модний весь український, який відрізняється вітчизняних модельєрів зі світу.

Основними показами моди в Україні на сучасному етапі є Ukrainian fashion week (український тиждень pre-and-porte «Сезони моди»), Львівський тиждень моди, Тиждень моди «Defile in Kiev» («Дефіле в Києві»). Покази мод в Одесі і конкурси молодих модельєрів [10]. Окрім показів, що відбуваються у традиційній залі з подіумом, українські моделі демонструють одяг у київському метрополітені, львівських підземеллях, харківському та київському аеропортах, торговельно-розважальних центрах, автосалонах, на ковзанці, катері, даху тощо. Завдяки сучасним технологіям і використанню цікавих засобів театралізації якості таких шоу не поступається світовим.

Так, наприклад, у червні 2013 р. у харківському аеропорту відбулося фен-шоу «Skyline» (у перекладі з англ. – небесна лінія). Вистава відбулася в одному з терміналів харківського аеропорту, сценічним оформленням шоу стала злітно-посадкова смуга, перед якою знаходився літак.

Театралізоване дефіле розпочали танцюристки-стюардеси та гімнасти на кільцях з акробатичними трюками у повітрі, а на екрані показали відео приземлення літака. Таким чином, композиція сценічного простору розкрила образи, демонстровані у дефіле. Одяг, представлений у показі, був суто українським. Постановники разом із модельєрами через театралізований модний показ, намагалися донести до глядачів важливі думки, щодо забезпечення екологічності навколишнього світу, зберігання сімейних традицій тощо.

Для презентації колекції сезону весна-літо 2016 «Elastic» український бренд Domanoff поставив справжню виставу. Образи з колекції ґрунтувалися на філософських положеннях: кольоровій та змістовній категорії «еластик». Як відомо – жовтий колір є символом сонця й золота, підкреслює нові тенденції в розвитку бренду Domanoff, він став домінуючим у колекції. Нетрадиційна для пошиття одягу гума з її невизначеними формами поєднувалася з класичною вовною й шовком.

Етимологія слова «elastic» походить від грецького слова «elastos», що означає гнучке, тягуче. Цей термін означає нитка, що характеризується еластичністю, стійкою формою, теплозахисними властивостями, здатністю поглинати вологу тощо. Саме багатофункціональність цієї нитки передана у змісті самої колекції, що продемонструвала різні ситуації соціальної дійсності. Людські вади сучасного світу стали головною лінією, що розкрила естетику нововведень в одязі. Кожна людина приймає власне рішення про прийняття або не прийняття власних пороків і їх виявлення у діях інших індивідів. За традицію бренду в презентації представлено акцентування на екзистенції, бутті індивіда. Показ був поділений на п'ять сцен, кожна з яких тривала від однієї хвилини до п'яти, що дало змогу глядачеві не лише розглянути образ, а й осягнути її філософський зміст. У першій сцені чоловік намагається одягнути жіночу сукню, що демонструє бажання пережити емоції дівчини (не тілесно). Одягу притаманні ці емоції та труднощі, що виникають під час одягання сукні, утім це свідчать про вибір героя. У другій сцені дві дівчини за допомогою рухів підкреслюють свій одностатевий зв'язок. Нашарування одягу (надягання плащу) і танець втілюють занурення у відносини, що підкреслює їх еластичність.

Україна перейняла світові тенденції проведення тижнів моди, показів, створення дизайнерських домів, численні конкурси дизайнерів одягу, фестивалі, виставки, телевізійні програми, друковані ЗМІ, численні професійні модельні агентства, а в вищих навчальних закладах почали навчати фахівців індустрії моди. Таке відродження призвело до появи дизайнерів національного масштабу, які поступово виходять на міжнародний рівень (В. Анісімов, М. Воронін, О. Ворожбит, О. Гапчук, А. Гасе, Д. Дорожкіна, В. Жанві, Т. Земськова, О. Караванська, І. Каравай, В. Краснова, Л. Пустовіт, А. Тан та).

У сучасній українській моді фольклоризм посідає чільне місце – творчо опрацьовані етнічні орнаментальні чи сюжетно-тематичні мотиви. Традиційні елементи використовують дизайнери Р. Богуцька, В. Грес, А. Караванська, В. Краснов, Л. Пустовіт, О. Теліженко. Світова мода втратила свою національність, дизайнерські колекції не відрізняються за кольором місцевого одягу, а тільки за дизайнерським брендом, де можна розпізнати той чи інший крій. В українській моді одяг із національними орнаментом, вишивка, виготовлений з традиційних українських матеріалів, можна зустріти досить часто, перетворюючи і пристосовуючи їх до сучасного споживача, що робить моду по всій Україні, що приємно відрізняє вітчизняних модельєрів від світових.

Наприклад, у липні 2018 р. на території історико-культурного комплексу «Замок-музей «Радомишль» відбулося етно-фешн-шоу «Аристократична Україна» [9]. На фестивалі були моделями звичайні українські жінки – дружини загиблих захисників-героїв АТО, які босоніж, йдучи по домотканому полотну, показали гостям образи від відомих українських дизайнерів, а саме: ТМ «Синій Льон», ZETA atelier, Julie Home Line, «Століття краси» тощо. На фестивалі українські модельєри представляли свої образи у трьох секціях шоу: дефіле моделей у автентичному наряді, де показали оригінальні та відтворені автентичні костюми; демонстрація сучасного модного одягу та аксесуарів з етнічними мотивами, а також дитяче дефіле; «Шила сама» – під час якого свої роботи демонстрували на рівні з кращими професійними дизайнерами народні майстри. Ексклюзивні колекції українських головних уборів були представлені дизайнером Г. Бурмістровою-Проценко, колекція авторських речей представляла Л. Арт.

Молодий бренд 2LFactura від дизайнерів Олени та Лани, що поєднує різні матеріали, наприклад, вовну і шкіру, створюють образи для сміливих людей, що не бояться самовираження та не йдуть за звичним шаблоном. У колекції дизайнери вдалися до експериментів із «розірваною» фактурою. Головний меседж – навмисна недбалість речей, що підкреслює зрілість і байдужість до модних трендів. Базовими для колекції стали чорний та білий кольори. Дизайнери доповнили образи аксесуарами,

схожими на гілки дерев. Дизайнерка бренду Х. Андреева створює образи, за її словами, «урбаністичних королев». Це максимально зручний одяг із таких натуральних матеріалів як хутро, шкіра та натуральні тканини. Головні кольори колекції: натуральний беж, білий, металік та червоний. Образи моделей доповнювали перуки різних кольорів: від натуральних каштанових до яскраво-червоних. Раніше бренд уже показував свої колекції у рамках MBKFD та Одеського тижня моди. За словами засновників, GA.EVA – це нове бачення одягу, де поєднується oversize & unisex та мистецтво. У бренді А. Гаєва відповідальна за пластичний живопис і графіку, а К. Гаєва – це геометричні форми, апелювання до японських дизайнерів та філософії вабі-сабі. Для створення образу колекції дизайнерки К. та А. Гаєві надихалися Японією. Вони дизайнерки поєднали старовинні українські техніки декорування, наприклад, вибірку (декорування тканини шляхом друку на полотні різноманітних візерунків та орнаментів за допомогою спеціальних дерев'яних кліше) з модерновими ідеями. За їхніми словами, головним у виготовленні одягу є пам'ять про минуле для створення майбутнього [11].

Л. Чернікова, мисткиня з Івано-Франківська, створює етно-образи. Вона представляє сучасну інтерпретацію традиційного українського вишиваного одягу (виробляє жіночий одяг, створює парний весільний одяг для тих, хто хоче зробити свій весільний день особливим, зберігши національні традиції). Окрім того, створює образи для гуртів, що виступають у стилях фольк та етно: «Гарда», «Марвінок», «Петрос», Cherry Band [7].

Однак вітчизняні модельєри не можуть конкурувати з іноземними. Для подальшого прогресивного розвитку національної моди необхідна інформаційна та фінансова підтримка творців, які створюють художні образи відповідно до сучасних тенденцій сучасного мистецтва. Це дозволить національній художній культурі налагодити міжкультурні зв'язки, органічно поєднати традиційні національні цінності з модернізованими технологіями і процесами масової культури, інтегруватись у світові соціокультурні процеси, зберігаючи національну ідентичність.

Мода – це театр, де кожен може мати свою роль, змінювати ролі, грати на сцені. Привабливість до моди природна. Мода може змінити сенс ситуації, занурити людину в нову систему ознак. Для людини мода є дзеркалом, в якому відбивається бажання власного образу.

Дослідження показало, що використання театральних засобів вираження в дефіле доповнює і розкриває образ колекції, створює на сцені настрій, робить глибоке враження на глядача. У нашому дослідженні чітко визначино, що роль сценічного середовища при розкритті колекційних образів дуже важлива. Використання у показі театральних засобів вираження допомагає дизайнеру створити повний образ своєї колекції. За допомогою декорацій, світла, музики він висловлює свою ідею, свій намір, тим самим впливаючи на глядача.

Таким чином, перебуваючи на показі, глядач спостерігає не лише демонстрацію модного одягу, а повномасштабне шоу з власною філософською ідеєю, образом і атмосферою. Завдяки синтезу різних засоби художнього вираження досягається особлива атмосфера модного дефіле. Сьогодні модні покази відрізняються різними підходами у постановках: від видимого уявлення про форму і колір одягу до філософської глибини підтекстів смислів і образів моди, від особливої гармонії людського тіла і костюма до різноманітної трансформації середовища. Така подія стає специфічним способом передачі художніх ідей, формування нових явищ і смислів, візуалізація дизайнерських думок. У ході дослідження відзначено, що покази з використанням театральних засобів вираження впливають на глядача більше, ніж показ при мінімальному використанні цих засобів. Дефіле з «родзинкою» свідчить про творчі здібності автора колекції, його іміджі і бажанні використовувати і вивчати всі можливі засоби для успішної реалізації свого продукту.

Список використаної літератури

1. Дихнич Л. П. До історії модних показів в Європі на рубежі XIX – XX ст. *Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство*. Вип. I (8), 2017. С. 24-28.
2. Кордон М. В. Українська та зарубіжна культура: Підручник Київ : Центр навч. літ., 2010. 584 с.
3. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. URL: <http://realskill.ru/wp-content/uploads/blog/krakauer.pdf>
4. Кукош Ю. С. Композиційні характеристики роботи дизайнера в проектуванні тематичного художнього образу для «ворк-шоупу». *ВІСНИК КНУТД*. 2016. № 2 (96). С. 197-203.
5. Пташнікова О. И. Новейшие терминологические поступления в сфере моды. *Бюллетень медицинских Интернет-конференций*. 2013. Т. 3. № 11. С. 1261-1262.
6. Салахов Р. Ф., Кузьмина К. П. Роль сценической среды в раскрытии образов коллекции костюмов. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 2.; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12739>.
7. Студвей. URL: <https://studway.com.ua/dizayneri-odyagu/>.
8. Султанова Р. Р. Традиционный интерьер татарского дома как один из истоков сценографии национального театра. *Дом Бурганова. Пространство культуры*. 2009. № 3. С. 24-35.

9. Теле неделя. URL: <https://tv.ua/trend/lifestyle/951551-ukrainskie-dizaynery-priglashayut-na-etno-feshn-shou-aristokraticeskaya-ukraina>.
10. Ukrainian Fashion Week. – URL: <http://fashionweek.ua/>.
11. Village. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/268301-svizha-krov-molodi-ukrayinski-dizayneri-na-tizhni-modi>.

References

1. Dykhnych L. P. (2017), *Do istorii modnykh pokaziv v Yevropi na rubezhi XIX – XX stolit* [On the history of fashion shows in Europe in the late XIX-XX centuries] / *Mizhnarodnyi visnyk: filolohiia, muzykoznavstvo. Kulturolohiia*. Vyp. I (8) [International Journal: Cultural studies, Philology, Musicology. Cultural Studies. Volume 1], 24-28 p.
2. Kordon M. V. (2010) *Ukrainska ta zarubizhna kultura: Pidruchnyk* [Ukrainian and foreign culture: Textbook]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 584 p.
3. Krakauer Z. *Priroda filma. Reabilitatsiia fizicheskoi realnosti* [The nature of the movie. Rehabilitation of physical reality] [online] Available at: <http://realskill.ru/wp-content/uploads/blog/krakauer.pdf>
4. Kukosh Yu. S. (2016). *Kompozitsiyni kharakterystyky roboty dyzainera v proektuvanni tematychnoho khudozhnogo obrazu dlia «vork-shopu»* [Compositional characteristics of the designer's work in a thematic artistic image design for a work shop]. *VISNYK KNUTD*. № 2 (96). 197-203 pages.
5. Ptashnykova O. Y. (2013) *Noveyshye terminologicheskie postupleniya v sfere mody* [The latest terminology additions in fashion industry] // *Bulletin of Medical Internet conferences 2013*. Vol. 3. № 11. P. 1261-1262.
6. Salakhov R.F., Kuzmyna K.P. (2014), *Rol stsenicheskoy sredy v raskrytii obrazov kolleksiy kostymov* [The role of the stage surrounding in the costume collection images disclosure]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*. № 2. [online]. Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12739>.
7. Christina Koretska (2017), *10 molodykh ukrainskykh dyzaineriv odiahu* [10 young Ukrainian fashion designers]. Studway online edition [online] Available at: <https://studway.com.ua/dizayneri-odyagu/>.
8. Sultanova R. R. (2009), *Traditsionnyy interyer tatarskoho doma kak odin iz istokov stsenohrafiyi natsionalnogo teatra* [The traditional interior of the Tatar house as one of the national theater scenography sources] // *Dom Burhanova. Prostranstvo kultury*. № 3. P. 24-35.
9. Anastasia Dziuba (2018), *Ukrainskie dizainery priklashayut na etno-feshn-shou «Aristokraticeskaya Ukraina»* [Ukrainian designers invite to the ethno-fashion show «Aristocratic Ukraine»]. *Tele nedelya*. [online] Available at: <https://tv.ua/trend/lifestyle/951551-ukrainskie-dizaynery-priglashayut-na-etno-feshn-shou-aristokraticeskaya-ukraina>.
10. Materials from Ukrainian Fashion Week website. [online] Available at: <http://fashionweek.ua/>
11. Danylova S. (2018) *Svizha krov: molodi ukrainski dyzainery na tyzhni mody* [Fresh Blood: Young Ukrainian Designers at Fashion Week show] / Village. [online] Available at: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/268301-svizha-krov-molodi-ukrayinski-dizayneri-na-tizhni-modi>

СОВРЕМЕННЫЕ ДЕФИЛЕ В УКРАИНЕ КАК ПРЕЗЕНТАЦИЯ МОДНОГО ОБРАЗА

Кузнецова Валерия Александровна – аспирантка,

Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

Дефиле рассматривается как средство демонстрации трендов и сложно организованный художественный процесс с собственной образной системой и методами воспроизведения. Выяснено, что мода создает обобщенный модный образ, тесно связанный с художественным образом, а средства театрального выражение, такие как декорация, музыка, свет и маска, помогают гармонизировать идею и художественный образ дизайнера, с помощью них идея дизайнера и сам образный строй коллекции воздействуют на зрителя и как визуальный, и как эмоциональный объект. Из статьи становятся понятными основные тенденции украинской индустрии моды, которая использует западные идеи для показов мод, но одежда и сам имидж приобретают сугубо национальные особенности.

Ключевые слова: дефиле, театральное действо, fashion-шоу, сценография, модный образ, образ-инсталляция, подиумный образ, украинская мода.

MODERN DEFILES IN UKRAINE AS A FASHION IMAGE REPRESENTATION

Kuznietsova Valeriia – Kiev National University of Culture and Arts, Kiev

Defile as a means of trends demonstration and as a complex organized artistic process with its own figurative system and its own reproduction methods has been studied in the article. The generalized fashion image created by fashion and closely related to the artistic image has been examined; the decoration, music, light and mask as the theatrical expression means used for harmonization of the idea and the artistic image of the designer; the use of theatrical expression means as visual and emotional objects of influence of designer ideas and imaginative structure of collection on the viewer have been analyzed in the article. The specifics of main trends of the Ukrainian fashion industry, in which some Western ideas are commonly used for fashion shows, but the clothes and the image of which acquired purely national characteristics have been outlined in the article.

Key words: defile, theatrical performance, fashion show, scenography, fashion image, image-installation, podium image, Ukrainian fashion.

UDC 391:338.4]:792.02(477)

MODERN DEFILES IN UKRAINE AS A FASHION IMAGE REPRESENTATION

Kuznietsova Valeriia – Kiev National University of Culture and Arts, Kiev

Research methodology Recent researches and publications on the phenomenon of fashion, defile, fashion show, fashion image, scenography of fashion shows of both Ukrainian and foreign researchers have been studied.

Summary. The analysis has shown that the defile can be considered as a means of trends demonstration and as a complex organized artistic process with its own figurative system and its own reproduction methods. It was concluded that the fashion could create the generalized fashion image which is closely related to the artistic image; the decoration, music, light and mask as the theatrical expression means can be used for harmonization of the idea and the artistic image of the designer; the designer ideas and the imaginative structure of the collection can influence on the viewer with the help of the theatrical expression means as visual and emotional objects. Therefore, fashion shows are increasingly compared to theatrical performances, and the basics of the scenography became a part of the compulsory competencies of the designer. Collaboration of fashion designers, directors, and models in the context of the theatrical elements penetration in modern fashion shows has been traced in the article. The specifics of main trends of the Ukrainian fashion industry, in which some Western ideas are commonly used for fashion shows, but the clothes and the image of which acquired purely national characteristics became clear from the article. Representative models of the stage activity in the contemporary entertainment culture can be characterized by the example of polystylistic theater forms.

The scientific novelty. The form of fashion show that combines different elements of the action (for example, defiles in its classical sense on the stage and some stage plays, shows) has been analyzed. The fashion show is generally described as an installation, mosaic, attractive and versatile art project – a manifestation of modern spectacular culture. From the data obtained it might be concluded that theatricality is capable to transform the traditional social ideas and expand the possibilities of modern fashion.

The practical significance. The materials of the article can be used for further studies by specialists of the fashion industry to point out the feature of the defile as a synthesis of theatrical and aesthetic elements.

Key words: defile, theatrical performance, fashion show, scenography, fashion image, image-installation, podium image, Ukrainian fashion.

Надійшла до редакції 5.10.2019 р.