

ИСКУССТВО И КУЛЬТУРА

Наталья Владиславовна Чуприна

к.т.н., доцент, доцент кафедры художественного моделирования костюма Киевского национального университета технологий и дизайна,

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЕКТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОДНОГО ОБРАЗА В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Проанализировав образные характеристики и особенности стилевых направлений современной моды, таких как «хиппи», «бохо» и «гранж», обосновано, что эти три направления в моде имеют в своей основе многие общие черты и признаки, что может быть взято за основу для проектирования и создания коллекции актуального женского образа в контексте так называемой «кризисной моды».

Ключевые слова: *индустрия моды, проектный образ, стилевое направление, мода, дизайн костюма, кризисная мода, эклектика*

Natalia Vladislavovna, Chouprina

candidate of technical sciences, associate professor of Fashion Design Department of Kyiv National University of Technologies and Design,

PRINCIPLES OF FORMING OF PROJECT CHARACTERISTICS OF FASHIONABLE APPEARANCE IN FASHION DESIGN

Analysing of vivid descriptions and features of stylish trends of modern fashion, such as “hippy”, “bokho” and “grunge”, grounds, that these three trends in a fashion have many general lines and signs in the basis, there for they can be taken for basis for planning and creation of collection of actual woman appearance in the context of the so-called “crisis fashion”.

Keywords: *fashion industry, project appearance, stylish trend, fashion, fashion design, crisis fashion, eclecticism*

Введение

Как известно, в классическом понимании индустрия моды состоит из таких элементов как творчество, экономическая и управленческая деятельность, дизайн, производство, маркетинг и продажа модной продукции. Сегодняшняя реальность индустрии моды в Украине находится в стадии активного развития.

На сегодняшний день в Украине, как стране, которая стремится быть центром Европы, не обойтись без легкой промышленности. Она охватывает такие отрасли производства как текстильное, швейное, трикотажное, кожно-галантерейное, обувное, меховое и пр. Кроме этого, украинские предприятия легкой промышленности включают производство такой фурнитурно-отделочной продукции как корд, канаты, искусственную кожу и т.п. Сырьем для этих отраслей служат натуральные, искусственные и синтетические волокна. Легкая промышленность Украины использует в производстве как собственную (лен, кожа, мех, химические волокна, шерсть), так и привозное (шерсть, хлопок, текстиль) сырье.

Но, ради лучшего понимания направлений и критериев развития модной индустрии настоящего, лучше обратиться к источнику, с которого все начиналось. Итак, в Украине легкая промышленность начала формироваться во второй половине XIX века. Именно тогда появились первые кожные заводы в Киеве Бердичеве, джутовая фабрика в Одессе, канатный завод в Харькове. В начале XX

века предприятия легкой промышленности напоминали примитивные маленькие мастерские, которые охватывали не значительный сегмент рынка производства. Однако, уже через полвека легкая промышленность начала ускоренно развиваться, в результате чего в конце XX века в экономике страны легкая промышленность имела весомый процент, что составлял приблизительно 12%.

Кроме того, моделирование костюма в Украине имеет столетний опыт. Сложность процесса его формирования на протяжении доброй половины прошлого столетия была predetermined, по большей части, субъективными причинами, инспирированными идеологическими тенденциями к унификации общества, информационным и культурным вакуумом, в котором развивалась украинская нация, резким отбрасыванием всего, что было знаменателем западной культуры. И все же, украинская мода продолжала развиваться, найдя выход, в частности, в чрезвычайно тщательном изучении и творческой интерпретации форм, силуэтов, колорита, декора национального строя Украины во всем разнообразии его региональных оттенков.

Сегодня мировые лидеры моды считают украинский рынок стратегически важным и видят большой потенциал в развитии розничной торговли в нашей стране. Но для этого нужно развивать не только легкую промышленность, но и такие отрасли экономики как химическую и текстильную, делать большие капиталовложения и развивать научные исследования. А, кроме того, быть ориентированным именно на отечественные марки и

бренды, однако большинство магазинов, которые специализируются на одежде и аксессуарах предпочитают преимущество западным марками, а не продвигают отечественную модную индустрию, которая за последнее время все же демонстрирует позитивную динамику развития, при этом чувствуя себя еще не достаточно уверенно.

Сегодня есть огромный спрос на продукцию легкой промышленности, дизайна, которая способна удовлетворить потребности потенциальных потребителей. Обычно, существует заграничный рынок, который, в свою очередь, может покрыть спрос определенного типа потребителей, но если смотреть реально на вещи, то большинство людей ориентированы на внутренний рынок модной продукции, который имеет существенные достижения в сферах планирования, производства, распространения и сбыта, но больше всего - в сфере дизайна и моделирования. Это предопределено многими факторами: экономической и политической ситуацией в стране, патриотическим восприятием отечественных продуктов, качествами самой продукцией и пр. Судя по всему этому, легкая промышленность и индустрия моды Украины шагает в направлении развития, благодаря именно молодым дизайнерам, энтузиастам своего дела, мечтателям, которые пробуют воплотить мечту в реальность, да и самими потребителями.

Многовекторность современной моды

Современная мода выделяется, благодаря огромному разнообразию идей и свободе выбора. Мода не доминирует и не диктует, а именно создает прекрасные благоприятные условия для независимого выбора, потому что одновременно существуют и являются одинаково модными и привлекательными разные стили, формы и крой, разные объемы и длины одежды, широкая цветная гама. И это закономерно и обосновано, потому что все потенциальные потребители разные не только по внешним признакам, темпераменту, социальному состоянию, но и просто по своему отношению к моде и одежде в целом. Сегодня в моде ценится индивидуальность, уникальность, умение адаптировать новую идею именно для себя. Умение одеваться соответственно модным современным тенденциям, но в соответствии с назначением и особенностями эксплуатации, по силам немногим, кроме фантазии необходимо иметь еще и «чувство вещей». [1]

Специалисты определяют две самых популярных мысли относительно процесса создания моды, первая из которых утверждает, что рождение моды - это неконтролируемый и непредсказуемый процесс; а другая определяет, что мода искусно распространяется в интересах тех субъектов индустрии моды, кто имеет от этого пользу. [2]

Но, в противовес этим двум самым популярным утверждениям, существует индивидуальная теория создания модной коллекции как продукта индустрии моды, то есть именно такой модной тенденции, целью которой является расширение использования ткани и привлечения максимального количества потребителей для увеличения прибылей

определенных субъектов индустрии модной одежды, не ориентируясь на модные тенденции. Именно когда целью создания коллекции является лишь прибыль, не учитывая потребностей и модных тенденций, сама коллекция может потерпеть неудачу. И это лучше всего иллюстрирует история Модного Дома «Christian Dior». [3] В самый разгар моды на мини (1967 год) к М.Боан, креативному директору Дома моды, обратились ведущие французские текстильщики, прибыль которых зависела от заказов на ткань, что в тот год значительно уменьшился ввиду моды на «мини». Поддавшись просьбе, маэстро создал коллекцию «нормальной» длины. Но коллекция не была принята и с треском провалилась. Это произошло потому, что мода живет по определенным законам, развиваясь и угасая, руководствуясь своей собственной внутренней логикой.

На сегодняшний день отличный вкус является залогом и главным параметром в моде. Любые этнические и стилевые решения приветствуются.

Закон смешивания стилей не предусматривает инструкций, а наоборот, умножение тенденций предусматривает создание собственных индивидуальных образов. И именно это побуждает на создание собственного имиджа, свободу в комбинациях и ассоциациях. [4]

Мода - это очень быстротекущее явление, которое постоянно изменяется. Казалось, еще совсем недавно дизайнеры всего мира моды предоставляли преимущество нежным пастельным оттенкам и элегантному крою одежды, но уже сейчас направление моды сменилось яркими образами, которые украшают большие аксессуары. И все это основано на эклектическом сочетании свойств и характеристик разных стилевых направлений, которые приобрели популярность среди массовых слоев потребителей в последнее время.

Ознакомление с многообразием направлений современной моды позволяет выделить три основных стилевых направления современной моды, которые формирует основу большинства актуальных проектных образов в сфере масс-маркета. Это такие стилевые направления так называемой «кризисной моды» как хиппи, бохо и гранж. По мнению многих исследователей моды, они являются самыми яркими представителями современной модной индустрии, которые в полной мере передают преобладающие вкусы и философию современного мира. [5] И это не случайно, потому что, на сегодняшний день, намного больше людей отдают предпочтение свободе движения, волеизъявлению, микшированию, нарушению правил и запретов, а именно на этих эклектических принципах основаны эти стилевые направления моды. В сущности, их это объединяет, и именно поэтому, они подойдут для широкого круга людей, которые ценят свободу.

Следовательно, если, рассматривать названные стилевые направления, как источник вдохновения для разработки актуального проектного образа, как материал для проработки дизайнером, то и здесь свобода является очень привлекательной. Стилывые направления «хиппи», «бохо» и «гранж»

являются бесконечным источником, из которого возможно черпать все новые, яркие и неожиданные решения, которые можно отобразить в актуальных проектных образах и претворить в жизнь.

Соответственно, начальным этапом можно считать рассмотрение названных стилевых направлений и определение их обобщенных, актуальных для современной индустрии моды, проектных аспектов и характеристик.

Характеристика основных стилевых направлений «кризисной моды»

Хиппи (от англ. *hip* или *her* - знать, понимать, «быть в теме») - **стилевое направление одежды**, которое появилась благодаря движению в США в конце 50-х - начала 60-х годов прошлого века, имеющему то же название. Этот стиль выделяется простотой и непритязательностью, большим количеством аксессуаров, наличием этнических мотивов. Если быть точным, то субкультура хиппи зародилась в Америке в конце 50-х годов XX века. Расцвет движения, однако, пришелся на более поздний период, через почти 10 лет. В первую очередь, 1965 год считают годом возникновения этого направления. 1967 год, считается наиболее хипповым годом, благодаря так называемому «лету любви».

Эти сторонники доктрины о свободе воли и пацифисты перевернули моду вверх тормашками. Если раньше в одежде доминировали нудные цвета, а крой напрочь был далек от оригинальности, то именно хиппи внесли в свою одежду яркость цветной гаммы и смелое сочетание необычных вещей.

Много молодых людей из обеспеченных семей получили возможность вместо повседневной рутинной деятельности заниматься чем угодно. Они путешествовали, пели, рисовали, танцевали, писали картины, одновременно изменяя и переворачивая свое представление о жизни, а за одно и окружающих. Они воспринимали себя свободными от суеверий и запретов. Путешествовали автостопом, медитировали, увлекались восточной философией. Они отличались от общей массы людей своей необычной одеждой, совместимой со смешными и дополнительными аксессуарами, которые хиппи мастерили сами. Это были люди, созданные самим обществом, ради радикальных изменений в самом обществе, неизбежных и закономерных. Общество исследовало новые возможности для эволюции с помощью своих детей.

Идеи для своей одежды хиппи позаимствовали у народов, которые, по их мнению, жили мирной естественной жизнью: гауче Центральной Америки, кочевники Востока, племена Балле, жители Непала, Индии, цыгане. По мнению хиппи, их одежда наиболее созвучна с их убеждениями. Соединив данные этнические стили вместе, хиппи создали своеобразный коктейль из удобной и яркой одежды, которая, при всей своей простоте и даже грубости, должна быть очень удобной и выделять их из толпы.

Будучи настоящими «детьми цветов», хиппи любят все естественное. Преимущество предоставляется натуральным материалам, минимуму

одежды, максимуму ярких цветов. И именно поэтому стиль хиппи занимает первое место среди лучших летних и позитивных стилей. Большинство настоящих хиппи считали естественным ходить полностью обнаженными или же раздетыми до пояса.

Хиппи, в некоторой степени, были неприхотливы к своему наряду. В одежде, прежде всего, они ценили полную свободу. По и убеждению, одежда не должна создавать никаких ограничений движения тела и изолировать свободное движение, и чаще они создавали одежду собственноручно, переделывая что-то и совершенствуя его. Другими словами, дети цветов - непоправимые романтики, и именно поэтому, их одежда подчеркивает глубину, впечатлительность и чуткость души. В среде «детей цветов» популярными были поношенные джинсы с цветными вставками и заплатами, вязаные крючком или спицами вещи, легкие майки с ярким рисунком цветов, геометрических или этнических узоров. К тому же, хиппи предпочитали простые хлопковые футболки, преимущественно не новые, а «из старых запасов». Футболки должны быть без лейблов и логотипов известных компаний, брендов. Прежде всего, хиппи представляют собой антиглобалистов. Они выступают против больших корпораций. Приветствуется наличие на футболке типичного для субкультуры принта, например, значка «пацифик», похожего на перевернутую куриную лапку.

Элементы этнического стиля также уместны для данного образа. Они могут выражаться как непосредственно в предметах одежды (например, пончо), так и в ее оформлении (узоры, рисунки). Независимо от пола, большинство хиппи, как мужского, так и женского пола, носят длинные распушенные волосы, зачесанные на прямой пробор, обвивая ленту вокруг головы. Иногда они делают себе смешные пышные прически, или заплетают сложные косы, делают хвостики, а иногда заплетают дреды. [6]

Стиль хиппи чрезвычайно разнообразен и крайне богат на простые, но в то же время эксклюзивные и невероятно необычные аксессуары. Самыми распространенными аксессуарами являются так называемые «фенички», которые изготавливаются собственноручно из разнообразных материалов: бисера, нитей, кожи и других интересных подручных средств. Была традиция между хиппи дарить такие браслеты друг другу как знак дружбы, любви, симпатии. Существует даже особенный «язык» феничек: в зависимости от цветной гаммы этих браслетов, их сочетания и узоров они несут в себе определенное информативное сообщение.

Кроме цветов в волосы хиппи вплетали цветные ленты, делали жгуты из волос, оплетали пасма нитями мулине, бусинами и бисером. Подобные тонкие хвостики также привносят в образ немного этнического колорита, что очень напоминает североамериканских индианцев.

Стилевое направление «бохо» - это комбинация, которая соединяет в себе такие стилевые направления как хиппи, фольклор, милитари,

одежду цыган и этнические мотивы. Начало этого стиля положено в 1990-х годах, а в 2000 году он приобретает особую популярность. Название «бохо» происходит от слова «богема» и именно такими чертами и характеристиками можно описать это направление в одежде. Для создания «стиля бохо» нужен творческий подход, соответствующее настроение и немного смелости.

Стилевое направление имеет разные названия, такие как «бохо-шик», «бохо-стиль», «богемный стиль», но под всеми этими названиями имеется в виду одно и то же - непринужденная и изысканная избыточность во всем.

Стилевое направление «бохо» в одежде достаточно молодо. Оно возникло в начале 2000-х годов одновременно в Америке и Великобритании, но его истоки следует искать в 60-70 годах XX века. Ему присуще невероятно активное стремление объединить в едином образе все лучшее из фольклора разных стран - элементы, заимствованные в разных культурах и эпохах: африканские и монгольские этнические мотивы, шотландскую клеточку, ковбойские и ацтекских орнаменты и дух детей солнца - хиппи. Но все же, в противовес детям цветов, которые всегда немного «растрепаны», образ «в стиле бохо» - это всегда безукоризненные стилиевые решения.

«Стиль бохо» на 100% антигламурный стиль. Его секрет заключается в том, что он объединяет несовместимые вещи в один образ: ботинки и нежное платье, кружева и шарфы, он проявляется в многослойности и сочетании разных фактур тканей и рисунков. В «стиле бохо» найдется место и кружеву, и фланели, и коже, и бархату, и бахроме, и большим камням, и шерсти, и трикотажу. Вещи в «стиле бохо», в первую очередь, удобные и комфортные, они должны создавать уютный образ. Нужно отметить, что такому стилю, прежде всего, отдают предпочтение девушки, в характере которых присутствует ирония и натуральность.

Невероятное сочетание всех аспектов «бохо-шик», таких как смесь стиля цыган, этнического и нарядов хиппи с элементами милитари, европейцы сделали более цивилизованным. «Стиль бохо» в одежде у многих людей ассоциируется с неряшливостью и непродуманностью стиля, но это совсем не отвечает действительности, потому что стилиевое направление «бохо» предполагает, прежде всего, свободу и богемность, а значит и продуманность каждой детали образа. Ведь ощущение и умение соединять совсем несовместимые и разные стили в одном наряде является сложным знанием и чувством.

Стилевое направление «бохо» выделяется натуральностью тканей в сочетании с разной бижутерией. При создании образа богемного стиля важно иметь тонкий вкус, чтобы с осторожностью комбинировать одежду. Так называемый «стиль бохо» это состояние души, свобода, которая демонстрируется через стилистику этого модного веяния. Символизируя свободу, «стиль бохо» никогда не выйдет из моды, ведь именно свобода во всем, начиная с одежды, выделяет личность из толпы, из

серой массы. При выборе материалов «бохо» отдает приоритет натуральным материалам, которые изготавливаются и обрабатываются таким образом, что не наносит вреда окружающей среде и животным.

В проектом образе «бохо» самыми ценными являются аксессуары и обувь. Миксирование брендов считается хорошим тоном в «стиле бохо», ведь многообразие стилей и брендов и является одним из секретов этого стилиевого направления. Также, при создании образа в «стиле бохо» отдается предпочтение одежде, которая действительно по душе, и, невзирая на веяния и тренды современной моды, изменяется со скоростью света.

Стилиевое направление «гранж» (с англ. grunge) - направление в моде, которое отображает возражение общепринятым нормам внешнего вида. Это своего рода протест против наследования модными тенденциями. Это явление зародилось и нашло свое отображение в Америке. Сама название «гранж» имеет сленговое происхождение, простые американцы привыкли так называть что-то неприятное, отвратительное и отталкивающее, что прочь совсем не привлекает внимание.

Стилиевое направление «гранж», по своей сути, неоднородно, эклектично, имеет целью сочетание несовместимых фактур, цветов, рисунков, линий. Все и сразу - именно такова философия этого стиля. Яркие представители этого направления в моде одновременно напоминают панков и хиппи. Почитатели стилиевого направления «гранж» радуются тому, что время от времени их случайно путают с уличными бомжами. Молодежь, которая положила начало и создала именно такое стилиевое направление - это дети мировых кризисов. Они переживали непростые времена и начали воспринимать общество, как будто врага. Их целью и желанием, было и есть разрушение стереотипов и устоев современного общества. Наиболее ненавистными для представителей «гранжа» являются роскошь, глазури, нормы и классика.

К Высокой моде стилиевое направление «гранж» пришло в начале 1990-х годов, благодаря стремлениям и творчеству всемирно-известного американского модельера Марка Джейкобса (Marc Jacobs). Он, будучи очень креативным и открытым дизайнером, заинтересовался стилем одежды современной молодежи.

Результатом этих исследований стал выход коллекции уличного стиля в 1993 году, которая произвела неизгладимое впечатление и вызвала настоящий шквал в мире модной индустрии. Основу ассортимента коллекции составили сарафаны с рисунками в виде маленьких цветочков. Именно такие модели очень напоминали одежду сирот в бедных приютах. В то же время, эти сарафанчики соединялись с массивными и грубыми ботинками на шнуровке. Кроме того, Марк Джейкобс представил мешковатые тренчи, рубашки и вытянутые свитера. В этой коллекции был продемонстрирован весь ассортимент секонд-хенда, и именно в наиболее необычных комбинациях.

Невзирая на то, что большинство критиков с презрением отнеслись к продемонстрированному на подиуме видению Марку Джейкобса он стал популярным, ведь это был «стиль бомжей с Гарлема, которые нарядились для путешествий на Манхэттен». [7]

Стилевое направление «гранж» воспринимается как культурная революция, потому что направлено не только на внешний протест, но и протест в более глубоком смысле этого значения. Представители и почитатели этого направления выступают за свободу личности, свободу ее самовыражения, свободу самореализации и проявления. Для себя, последователи направления «гранж» на первое место выдвигают искренние чувства и духовность, а не материальные ценности и блага. Одежда в «стиле гранж» для представителей этого стиля воспринимается и используется ради защиты тела и удобства, и именно поэтому серьезно и даже фанатично к нему относиться нельзя и не имеет никакого смысла. По существенному убеждению сторонников «стиля гранж», эстетика и внешний вид одежды не в силах сделать человека счастливым. Другими словами, стиливое направление «гранж» является наиболее провокационным и вызывающим в современной моде.

Ради создания одежды в «стиле гранж», выбирается одежда темных цветов и неярких оттенков, именно поэтому яркие и жизнерадостные цвета никогда не имели отношения к «стилю гранж». В этом стиле преобладают такая цветная гамма: черный, белый, серый, темно-зеленый, коричневый и синей цвета. Цветовая гамма гранжа в основном темная, но есть и светлые, и натуральные цвета. Ткани - трикотаж, деним, кожа/замша, шерсть, хлопок, шифон. Детали - потертость, заплатки, пропущенные петли, необработанные края, торчащие нити.

Выводы

На сегодняшний день всеми аналитиками модной индустрии фиксируется многообразие направлений современной моды, доминирование таких стиливых направлений как эклектика, гламур, «глем-рок», «консервативный стиль», «эlegantный» или «сдержанный» стили и другие. Основной их характеристикой является то, что ни одно из этих направлений не является отображением черт какого-то одного определенного стиливого направления, а соединяет в себе характеристики нескольких, и каждый, кто интересуется модой и стилем, может выбрать для себя наиболее подходящее

направление в соответствии с его мировосприятием, настроением и чертами характера.

Список литературы:

1. Бодо Ф. Шик & Шарм / Ф. Бодо. – М.: Слово, 2006. – 400с.:илл.
2. Косарева Е.А. Мода. XX век. Развитие модных форм костюма / Е.А. Косарева. – СПб.: Издательство «Петербургский институт печати, 2006. – 468 с., илл.
3. Кристиан Диор – история создания великого французского бренда [Эл. ресурс] / Режим доступа: ves4i.com.ua/Christian-Dior
4. Масленцева Н. Ю. Мода как предмет социокультурного анализа / Н. Ю. Масленцева. – Прага: Издательство «Vedecko vydavatel'ske centrum Sociosfera-CZ s. r. o.», 2014. - №2. – 172 с.
5. Аксенова М. Мода и стиль / М.Аксенова, Т. Евсеева, А. Чернова и др. – М.: Аванта+, 2007. – 480 с.: ил.
6. История моды с XVII по XX столетие. Коллекция Института костюма Киото / под ред. А. Фукай.– М.: TASCEN/АРТ-РОДНИК (изд. на русск. языке), 2003. – 735 с.: ил.
7. www.marcjacobs.com

References:

1. Bodo, F. (2006). Shick & Sharm (E. Bogatyrenko, Trans.). Moscow: Slovo/Slovo [in Russian].
2. Kosareva, E.A. (2006). Fashion. XX ages. Development of fashion forms of suit. Sankt Pietersburg, Russia: Publishing House "Petersburg institute of press [in Russian].
3. Jones, J. Johnes. (2016). Chistian Dior: the history of creation of great French brend. Retrieved from: ves4i.com.ua/Christian-Dior
4. Maslenceva, N. Yu. (2014). Fashion as a subject of socio-cultural analysis. Praha: Vedecko vydavatel'ske centrum Sociosfera-CZ s. r. o. [in Russian].
5. Aksyonova, M., Evseeva, T. & Chernova A. (2007). Fashion & Style. Moscow: Avanta+ [in Russian].
6. Fukai, A. (Eds.). (2003). Fashion History from XVII to XX centuries. Kyoto Costume Institute Colltction. Moscow: TASCEN/ART-RODNIK [in Russian].
7. www.marcjacobs.com