

Оксана Лагода

ДИЗАЙН
КОСТЮМА
ПРАКТИКИ
РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ

МОНОГРАФІЯ

ЧЕРКАСИ 2018

УДК 687.01:687.1](043)
Л 14

Рекомендовано до друку Вченою радою Харківської державної академії дизайну і мистецтв
Міністерства освіти і науки України (протокол № 38 від 26 жовтня 2018 року)

Рецензенти:

Никорак Олена Іванівна, доктор мистецтвознавства, професор
Михайлова Рада Дмитрівна, доктор мистецтвознавства, професор
Кузнецова Ірина Олексіївна, доктор мистецтвознавства, професор

Л 14 **Лагода О.М.**
Дизайн костюма. Практики репрезентацій: Монографія. – Черкаси: Видавець Третяков О.М.,
2018. – 296 с.

ISBN 978-617-7318-83-4

Монографію присвячено аналізу еволюційного процесу розвитку репрезентацій костюма в індустрії моди ХХ століття, закономірностям і особливостям їх історико-культурного поступу як трансляторів естетичних ідеалів часу і аксіологічних цінностей в суспільстві засобами дизайну. Описано найбільш актуальні методики досліджень, які розкривають сутність візуального і візуалізованого образів костюма як наративів у системі культурного виробництва і творчого способу споживання. Автор досліджує різні формати репрезентацій в контексті сучасної художньо-проектної культури і акцентує увагу на проблемі пошуку ідентичностей в культурі споживання та буденності.

Для науковців, фахівців у галузі мистецтвознавства, історії та теорії культури, спеціалістів у сфері дизайну та індустрії моди, практикуючих дизайнерів, для викладачів, студентів і аспірантів, усіх, хто цікавиться проблемами сучасного дизайну.

УДК 687.01:687.1](043)

ISBN 978-617-7318-83-4

© Лагода О.М., 2018

© Деркач С.П., обкладинка, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ДИЗАЙН. ГОРИЗОНТИ ВИЗНАЧЕНЬ І КОНТУРИ ДОСЛІДЖЕНЬ	9
Теоретико-методологічне підґрунтя наукового знання	
про проектування предметного світу	11
Етапність розвитку дизайну	24
Естетичний аспект дизайнерської діяльності	51
Концептуалізація сучасних досліджень	58
Використані джерела	70
СТРАТЕГІЇ ДОСЛІДЖЕНЬ КОСТЮМА	75
Костюм – об’єкт дизайну: теоретико-методологічний аспект	77
Монодисциплінарні підходи традиційних досліджень	84
Функціональний рівень досліджень	93
Семіотичні стратегії розгляду костюма	98
Використані джерела	111
«СИСТЕМА КООРДИНАТ» ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ – РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ - НАРАТИВІЗАЦІЯ	115
Модний костюм у просторі комунікацій	117
Репрезентація як комунікація	123
Костюм в процесах наративізації	129
Основні характеристики і визначення наративу	135
Потенціал наративного підходу	142
Використані джерела	151
ВІЗУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ МОДНОГО КОСТЮМА	155
Передумови розвитку	157
Художньо-графічне відображення костюма	160
Ілюстрація моди в ХХ столітті	186
Образний діапазон ілюстрацій як інформаційних структур	192
Використані джерела	202

ПУБЛІЧНІ ВІЗУАЛЬНІ ПРАКТИКИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ	205
Покази мод як динамічний формат репрезентацій	207
«Еталонна» зовнішність репрезентантів	236
Показ мод як форма театралізації життя	242
Вітрини як статичний формат репрезентацій	251
Манекен: від імітатора до репрезентанта	261
Вітрина як інформаційно-художня структура дизайн-експозицій	269
Використані джерела	280
ПІСЛЯМОВА	282
REPRESENTATIVE PRACTICES OF THE COSTUME MODERN DESIGN	288

ПЕРЕДМОВА

Діяльність дизайнера в сучасній індустрії моди ставить його у досить жорсткі рамки, в межах яких необхідно швидко, фахово, а головне креативно, вирішувати різнопланові проектні завдання. Їх мета пов'язана, насамперед, з формоутворенням широкого асортименту одягу. Своєю чергою, для дизайнера нагальною є необхідність захищати проекти, професійно обґрунтовуючи дизайн-ідеї та шляхи їх реалізації, оскільки створення дизайну – це, перш за все, процес осмислення продукту та його контексту, і повідомлення отриманої інформації іншим (Пресс, 2008).

Інформацію, яка стосується, як функціональних, так і емоційних характеристик майбутнього продукту, дизайнер спочатку формулює в концепцію – ємну оповідь-текст про виняткові якості конкретної речі. В цілому, концепцію проектної розробки можна розглядати як поступальний розвиток базового наративу – ідеї, втілення якої відбуватиметься засобами дизайну. Видозмінюючи та трансформуючи базовий наратив, в процесі проектування дизайнер спроможний розробляти нові варіанти речі в межах визначеного концепту. Інакше кажучи, наратив – це своєрідний конструктор, за допомогою якого відбувається конструювання та реконструювання практично безмежної кількості варіантів самої ідеї речі як такої. Власне, саме це відбувається в дизайні як художньо-проектній діяльності.

Сучасний дизайн полягає також в урахуванні смаків окремих груп споживачів. Усвідомлюючи їх диференціацію, він надає формам об'єктів відчуття, які б виражали значення, що складають основу цих смаків. Таким чином, дизайн-процес, орієнтований на врахування смаків споживачів, ґрунтується на рефлексивності, на здатності дизайнера поставити під сумнів власну концепцію смаку при розробці нової форми і функцій речі (Kalvianen, 1999). Форма більше не визначається виключно функцією, форма визначається значенням, змістом. Зрештою, це вимагає організації процесів демонстрації, реклами, просування на ринку, функціонування речі у такий спосіб, щоб не лише вузькопрофесійні прийоми, але й специфічне мислення і перетворення авторських ідей у концептуальні тексти, а надалі – реальні об'єкти, стали дієвими засобами соціокультурної комунікації. Одним з ефективних засобів такої комунікації в індустрії моди стали практики репрезентацій костюма, механізми яких в цілому малодосліджені.

Як відомо, одяг займає особливе місце в культурі людства як вагомий складник матеріальної, повсякденної, художньої, етнічної, корпоративної та інших форм культури водночас. Він супроводжує кожного протягом його життя і як річ – предмет споживання, і як елемент самоідентифікації, і як маркер соціального буття, здатний наблизити носія, стилізуючи його зовнішність, до відповідних ідеалів часу. З іншого боку – він забезпечує власника необхідними візуальними відмінностями, що

виособлюють його серед інших. Як найбільш безпосередній, очевидний і, водночас, глибоко особистісний засіб створення відмінностей, одяг є найбільш значимою формою виділення власного «Я» серед інших (Ash&Wilson, 1992). Своєю чергою, зовнішні відмінності виражаються в культурі споживання та у стилі життя. В такому контексті одяг залишається актуальним об'єктом вивчення різними сферами наукового знання й актуалізує нові аспекти його розгляду.

Одним з найсуттєвіших векторів мистецтвознавчого осмислення і теоретичного обґрунтування залишається художня цінність зразків костюмних форм. Не менш значимим є з'ясування можливостей трансляції аксіологічних цінностей вбрання зрозумілою більшості мовою. Художній аспект творчості дизайнера, як і аспекти формо- і стилеутворення костюма, ґрунтується на системності, загально художніх принципах і застосуванні специфічних, невербальних засобів виразності. Щоб річ можна було побачити, вона повинна мати форму. Щоб її можна було зрозуміти і використовувати, вона повинна мати значення. Форма обумовлює опис безвідносно до користувача. Значення, навпаки, завжди передбачає референцію до процесу його мислення. Таким чином, створена дизайнером форма зобов'язує його втілити осмислені авторські значення і, водночас, зрєктися цих значень в процесі створення сенсу виробу для інших (Krippendorf, 1999).

Щоправда, характеристики вербальної мови не так просто перевести у візуальну комунікативну систему. В мові окремі знаки – слова поєднані в лінійну послідовність, що дозволяє аналізувати, як значення кожного окремого знаку, так і його місце в синтаксисі усієї послідовності. Саме тому вербальну комунікацію називають дискурсивною системою. Візуальна ж комунікація, зазвичай, передбачає багаторівневі множинності знаків, а не послідовності. Той, хто інтерпретує візуальну інформацію, сам обирає в якому порядку відбуватиметься презентація знаків: почати з цілого і перейти до складових елементів чи навпаки. Тому, на противагу дискурсивним системам, візуальні системи комунікації визначають як репрезентативні (Ashwin, 1989). Уміння вербально-візуального перетворення слід вважати невід'ємною частиною творчості дизайнера. З цієї точки зору, «розмова мовою дизайну – це і є дизайн» (Tomes, 1998). Така позиція актуалізує розгляд контекстів, у яких реалізуються концепції, тобто наративи; їх змісту і функцій в процесах комунікації, наприклад конативної; значення та варіативність значень, зумовлених знаково-символічними і семіотичними характеристиками речі.

Протягом багатовікової історії еволюції вбрання незмінну актуальність зберігали проблеми, пов'язані з розвитком способів позиціонування індивіда через його костюм. Це пояснюється, насамперед, прагненням людини досягнути власний потенціал пізнання самої себе у довколишньому світі, досягнути певного суспільно-культурного стану, що дозволяє надавати сенс її буттю. Ґене́за та закономірності еволюції культури в цілому, а в її межах – культури одягу, як у контексті його створення, так і в контексті споживання, становить стійкий інтерес науковців. Втім, очевидно є потреба в розробці теоретично-узагальненої та логічно-цілісної картини існуючих практик репрезентацій костюму засобами дизайну. Вона зумовлена не лише природною потребою в саморефлексії та самопрезентації окремого індивіда, але сучасними вимірами дизайну. Очевидно, не потребує обґрунтувань твердження про те, що глобальні зміни, які відбулися практично в усіх без винятку сферах життєдіяльності людини, зумовили зростання соціальної ролі дизайну в його відповідальності за штучно створений світ речей і їх змістів.

Мета дослідження полягає у встановленні характеристик окремих репрезентативних практик костюма як своєрідного процесу формування візуального наративу; у виявленні закономірностей

їх становлення й розвитку в контексті еволюції художньо-проектної культури ХХ століття. Хоча цей підхід до вивчення означеної проблеми складно визнати раціональним, завдяки наявному спектру форматів репрезентацій стає можливим систематизація, аналіз і узагальнення засобів їх реалізації. Варто зазначити, що в дослідженнях костюму в останні два десятиліття науковці приділяють пильну увагу саме проблемам змістовно-структурного аналізу його форм, в контексті якого розглянуто головні чинники формо- і стилеутворення костюма в дизайн-діяльності, а також принципові механізми формування образних та іміджевих констант. В наукових працях також одержав своє відображення аналіз ціннісно-нормативних і особистісних креативних вимірів творчості дизайнерів, яка орієнтована на значний культурно-історичний спадок у царині вбрання та на прогресивний розвиток технологій водночас. Подібна дуальність не тільки ускладнює наукові розвідки, але й збагачує їх новими напрямками, що пов'язані з глобалізаційними процесами, екологічними стратегіями, світоглядно-філософськими перспективами та їх відбиттям на проектній діяльності.

Для об'єктивації визначення принципових тенденцій та основних векторів розвитку репрезентативних практик дизайну костюма їх необхідно розглядати як органічну частину проектної культури та універсальної еволюції буття. Це пояснює відсутність лінійної однозначності між наявними і потенційними можливостями розгортання репрезентацій, їх умовною залежністю від ситуації в індустрії моди, яка, як культурна індустрія, орієнтована на виявлення реальних споживчих запитів, їх задоволення засобами дизайну, а головне – створення та нав'язування штучно актуалізованих потреб, завуальюваних ціннісними змістами, які дозволяють маніпулювати свідомістю потенційних споживачів з метою отримання надприбутків.

Зважаючи на наведені обставини, використовується методика трирівневої інтерпретації візуальних образів (опис/іконографія/іконологія), де іконографія окреслена вивченням репрезентацій художнього образу, а іконологія розглядає образи як «символічні форми» конкретної культурної ситуації. Ця метода за змістом подібна до троїстої опозиції між костюмом-образом, знаком (описом) та дією (технологічний рівень костюма), запропонованої свого часу Р. Бартом. У дослідженні вона дозволяє розглядати костюм як результат проектно-художньої діяльності – візуальний образ. А дизайн костюма в межах різних репрезентативних практик – як візуалізований образ, тобто образ репрезентований засобами дизайну, який є суголосним і, водночас, варіативним щодо образу візуального, що й свідчить про наявність нарації.

Щоб досягти поставленої мети, по-перше, необхідно проаналізувати основні методологічні активи вивчення феномену костюму, визначити найперспективніші шляхи його досліджень. Варто виявити й альтернативні шляхи розгляду костюма, які актуалізують різнопланові аспекти його взаємодії з іншими феноменами сучасності та демонструють динаміку і гостроту теоретичних дискусій. По-друге, коло проблем, які стосуються становлення репрезентативних практик дизайну костюма, має бути досліджене як одна з логічно-послідовних форм самоорганізації в межах проектної культури. Це обумовлює необхідність встановлення ключових характеристик окремих практик, меж їх дієвості в контексті узагальненої репрезентативної якості вбрання. Рамки цих меж стимульовано механізмами художньо-проектного процесу і тенденціями розгортання дискурсивних практик моди в умовах сучасності. Відповідно, актуалізовано індивідуальний творчий початок фахівців, зусиллями яких дизайнерські костюмні форми актуалізуються в різних форматах репрезентацій.

Ґрунтуючись на цих засадах, можливо логічно реконструювати культурно-історичний контекст і знаково-символічний зміст репрезентацій як складової проектного процесу, окремі етапи якого окреслюються критичними межами художньо-образного і стилістичного виразу. Зазначені межі пов'язані, насамперед, з наявністю об'єктивних можливостей дієвості кожного окремого формату репрезентацій. Динамічний потенціал самореалізаційних креативних можливостей дизайнера, як соціально відповідального і культуротворчого посередника, веде до усвідомлення об'єктивної необхідності кардинальних трансформацій світу речей у вимірах сучасності.

Дослідженню окреслених питань присвячено окремі розділи монографії, в яких висвітлено засадничі напрями аналізу означених проблем. Представлено авторське бачення їх можливого розв'язання, пропозиції щодо подальших наукових розвідок. Матеріали монографії можуть стати в нагоді для моделювання проектних пропозицій, практик репрезентацій, формування методології прогнозування тенденцій розвитку галузі. Концепція візуального наративу як зовнішньої форми ідентичності, що визначає розмаїття костюмних форм і каналів їх трансляції, сприяє виявленню окремих загальних закономірностей формування й динаміки розвитку дизайну в цілому.

Автор висловлює подяку науковому консультанту док. мист., професору, академіку Національної академії мистецтв України, ректору Харківської державної академії дизайну і мистецтв Віктору Яковичу Даниленку за поради при визначенні наукового напрямку дослідження та шляхів вирішення окреслених проблем в художньо-проектній культурі сучасності.

Автор вдячний рецензентам – Михайлові Раді Дмитрівні, док. мист., професору, Кузнецовій Ірині Олексіївні, док. мист., професору, і Никорак Олені Іванівні, док. мист., професору, – за цінні зауваження при підготовці до видання монографії, її професійну оцінку. Окрему подяку автор висловлює колегам – Марині Вікторівні Колосніченко, Тетяні Федорівні Кротовій, Калині Лівіанівні Пашкевич, – за плідну співпрацю та підтримку в реалізації проекту, пов'язаного з оприлюдненням результатів наукового дослідження репрезентативних практик дизайну костюма.

ДИЗАЙН. ГОРИЗОНТИ ВИЗНАЧЕНЬ І КОНТУРИ ДОСЛІДЖЕНЬ