

УДК 687.016

**ПРОЄКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ З ВИКОРИСТАННЯМ
НЕТРАДИЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ ТВОРЧОСТІ**

Л. В. КРАСНЮК, О. М. ТРОЯН, А. С. ГАЮР

Хмельницький національний університет

Вибір джерела натхнення для дизайнера одягу є першочерговою відправною складовою. Саме джерело є найважливішим аспектом у формуванні образно-емоційних та стильових характеристик в задуманій автором колекції одягу. Будь-який предмет, об'єкт або явище може стати цим джерелом. Увагу дизайнера може притягнути будь-яка річ – архітектурна деталь історичної будівлі або яскраві колірні поєднання в народному костюмі. Все це може служити поштовхом до створення цікавих образів у колекції. Найважливіше, щоб обране джерело було цікавим та дієвим для дизайнера [1].

Зазвичай є кілька вірних, так би мовити, традиційних джерел творчості, із яких дизайнери найчастіше черпають натхнення. Такими джерелами є: природа (рослини, тварини, гори, море і т.д.); образотворче мистецтво (живопис, скульптура, художній стиль, творчість художника і т.д.); архітектура (споруди, архітектурні стилі, творчість архітектора і т.д.); історія (історична епоха, історичний стиль, історичний костюм і т.д.). Окрім вищезазначених, так званих, матеріальних джерел творчості, існують нетрадиційні, нематеріальні – музика, кіно, поезія, театр, танці тощо. Цей аспект роботи над джерелом – найскладніший і найбільш багатогранний.

Завданням даного дослідження є художнє проєктування авторської колекції молодіжного одягу з використанням музики як джерела творчості на основі застосування образно-асоціативного підходу.

Кожне джерело творчості має властиві лише йому ознаки, які можуть наштовхнути дизайнера на створення оригінальної ідеї. Наприклад, у матеріальних джерелах творчості автора можуть надихати форма джерела, пластика ліній, пропорційність побудови, колористичне вирішення, які дизайнер використовує як прообраз формоутворення у майбутній колекції. Тобто в даному випадку зазвичай використовують певні готові образи.

Щодо музики, то вона не здатна надати дизайнеру готової підказки про форму, пропорції, кольори моделей майбутньої колекції. В цьому випадку образ колекції будується на основі особистих переживань і світовідчуття дизайнера. Тут особисті асоціації дизайнера підкажуть потрібні форми, силуети, лінії, кольори та декор. Повинні спрацювати інтуїція дизайнера, його знання, художня майстерність та досвід.

Музика, яка може стати для дизайнера одягу джерелом натхнення, має багато спільного із модою, адже і мода, і музика – це результат творчого натхнення та творчої діяльності. Мода, як і музика, є відображенням багатьох аспектів культури суспільства: соціального, матеріального, духовного. Крім того, мода та музика є головними складовими ключових індустрій суспільства споживання [2-4].

Вплив музики на моду важко переоцінити – багато в чому завдяки їй мода здатна на революційні зміни. Новизна та популярність, дух свободи, протесту та бажання до змін – невід'ємні супутники як моди, так і музики. Музика надихає своїх фанатів організовувати музичні колективи, таким чином через них, а також через феномен моди відбувається репрезентація музичної культури та нових модних напрямків як у неформальних молодіжних утвореннях (субкультурах), так і у суспільстві в цілому.

Молодь негайно реагує на манеру та стиль знаменитостей зі світу музики. Вона просуває нові ідеї модних течій, створених з урахуванням образів відомих виконавців зі світу музики. Тому, саме молоді належить право визначати модні тенденції [4].

В історії костюма є чимало прикладів, коли музика зробила суттєвий внесок у розвиток моди. Один із яскравих прикладів того, як із музики народився стиль – це епоха панка. Стиль панк народився в 70-х роках в Лондоні. Його творцем була дизайнер Вівьєн Вествуд, яка створила імідж популярній молодіжній групі Sex Pistols, а саме одяг в стилі панк. Разом з музикою, стиль швидко розповсюдився по всьому світі [5].

В даній роботі джерелом творчості для створення авторської колекції молодіжного одягу під девізом «The road to hell» обрано музичну композицію «Highway to Hell» у виконанні австралійської рок-групи AC/DC. Цю пісню можна вважати візитівкою цієї групи. Записана вона була у 1979 році, здобула безліч нагород і зробила AC/DC відомою на весь світ. Цю групу ненавидять, забороняють, критикують і в той же час обожають і оспівують. До речі, заборонена вона була лише у двох країнах – у СРСР та Ватикані.

Серед австралійських фанатів поширено цікаву версію, яка пояснює, про що пісня «Highway to Hell». Вони вважають, що пісня присвячена шосе Canning, де знаходиться готель Raffles. Наприкінці 70-х у барі цього готелю збиралася місцева рок-н-рольна тусовка, до якої також входили музиканти з AC/DC. На тій ділянці дороги часто траплялися аварії зі смертельними наслідками, через що її прозвали «шосе у пекло» («Highway to Hell»).

Але офіційна версія тлумачення змісту тексту «Highway to Hell» звучить дещо інакше. Учасники групи AC/DC стверджують, що у пісні мова йдеться про труднощі гастрольного життя.

Велику допомогу у творчому пошуку нових творчих ідей для проектування авторських колекцій одягу надають Fashion boards («модні дошки»), зокрема Moodboard («дошка настрою»), що представляє собою колаж із фотографій, малюнків та текстів, які відображають головну ідею проекту, її настрої. Це візуальна ілюстрація того, що автор намагається донести до глядача [1, 6].

Moodboard є необхідним інструментом, який допомагає дизайнеру залишатися на вірному шляху протягом усього процесу розроблення колекції та відповідати основній концептуальній ідеї проекту. Зазвичай Moodboard використовують на початковому етапі процесу проектування колекції. По суті, це перший крок до виконання дизайн-проекту [6]. Moodboard авторської колекції одягу «The road to hell» представлено на рис. 1.



Рис. 1. Moodboard колекції одягу «The road to hell» (автор Анастасія Гаюр)



Рис. 2. Колекція молодіжного одягу «The road to hell» (автор Анастасія Гаюр)

Згідно творчого задуму розроблено ескізний проект колекції молодіжного одягу, що складається з п'яти моделей (рис. 2). За основу при створенні моделей було взято одяг представників рок-культури. Це – куртки, які за формою, лініями членувань, декоративним оздобленням нагадують рокерські куртки-косухи, але у полегшеному, жіночно-елегантному вигляді. Застосування чорно-червоної клітинки, та тканини із обтріпаними краями також особливість одягу рокерів, яку використано для художнього вирішення спідниць, штанів та суконь. Контрастне поєднання чорного і червоного посилює загальну динаміку та виразність колекції. Моделі доповнюють грубі,

як у рокерів, черевики, головні убори (кепі), в центральній моделі це невеликі різжки (нагадування про пекло), сумки та широкі пояси.

Отже, розроблено ескізний проект авторської колекції під девізом «The road to hell», цілісність якої забезпечена єдністю авторської творчої концепції, продиктованої характерними особливостями джерела творчості – музичної рок-композиції «Highway to Hell». Спільними ознаками розробленої колекції є загальне образне вирішення моделей колекції, підпорядковане джерелу творчості та застосування еко-шкіри чорного кольору в поєднанні з червоною картатою тканиною, а також використання металевої фурнітури і доповнень. Рваний ритм та «наждачний» вокал, присутні в обраній пісні, передано через нерівний, обтріпаний низ виробів. А різкі гітарні рифи та чітко окреслений малюнок ударних матеріалізовано через великі, виразні деталі виробів із чорної еко-шкіри (коміри, лацкани, кишені, пати) та контрастну клітинку на червоному фоні. Зазначені особливості художньо-композиційного вирішення розробленої колекції в цілому передають відчуття відвертості, свободи та шаленої енергії, що характерні для рок-композиції «Highway to Hell». Слід зазначити, що цілісність композиційної проробки колекції підтримує наявність чітко вираженого композиційного центру, що втілює у собі основну авторську концепцію колекції, якій підпорядковуються інші моделі колекції. Зв'язок моделей в колекції створений за рахунок контрасту кольорової гами, нюансу та тотожності силуетів і ліній та контрасту форм.

Література

1. Розробка колекцій одягу: Навчальний посібник / А.М. Малинська, К.Л. Пашкевич, М.Р. Смирнова, О.В. Колосніченко. – Київ: ПП НВЦ Профі, 2014. – 140 с.
2. Махамбетова А.К. Взаимодействие музыки и моды / А. К. Махамбетова // Инновации в дизайне и дизайн-образовании : сборник научных статей : по материалам научно-практической конференции с международным участием, Екатеринбург, 22–23 июня 2017 г. / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург : Издательство РГППУ, 2017. – С. 122-128.
3. Baron K. Fashion + Music: Fashion Creatives Shaping Pop Culture / Katie Baron. London: Laurence King Publishing, 2016. 208 pp.
4. Miller J. Fashion and music/ Janice Miller. Oxford, NY : Berg, 2011. 200 pp.
5. Нисневич Л. Как мода переплетается с музыкой [Електронний ресурс] / Лана Нисневич // ELLE. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.elle.ru/moda/trendy/kak-moda-perepletaetsya-s-muzykoi-id6798072/>
6. Caccidy T. The Mood Board Process Modeled and Understood as a Qualitative Design Research Tool / Tracy Caccidy. The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry, 2011. 2(3). <https://doi.org/10.2752/175693811X13080607764854>