

Key words: ethnic communities, national culture, creative activity, folk art, folklore, traditional choreography, modern interpretation of folk dances.

Надійшла до редакції 28.11.2018 р.

УДК 687.016:[050.486:338.4:391

ПРЕЗЕНТАЦІЯ СТИЛЬОВИХ НАПРЯМІВ У ДИЗАЙНІ ОДЯГУ НА СТОРІНКАХ FASHION-ВИДАНЬ

Наку Анастасія Валеріївна – аспірантка, Київський національний
університет культури і мистецтв, м. Київ
doi.org/10.35619/ucpmk.vi28.72
anastasia.naku10@gmail.com

Розглядаються стильові напрями в дизайні одягу, що презентуються на сторінках сучасних fashion-видань. Подається історія становлення, що представлена у хронології від давнини до сучасності, причини популярності fashion-видань та їх вплив на формування модних тенденцій. Акцентується дослідницька увага на сучасних виданнях fashion-індустрії («Collezioni», «Vogue», «Harper's Bazaar», «L'Espresso», «Burda Moden»). Fashion-видання позиціонуються як транслятори модних тенденцій та стають частиною історії костюма, знайомлять читача із захоплюючим світом моди, виступають у ролі експерта, задаючи тон дизайнерам і надихаючи їх своїм баченням і матеріалами на створення нових колекцій.

Ключові слова: індустрія моди, модний продукт, стиль, fashion-ринок, модні тенденції, жіночий журнал.

Актуальність проблеми. Серед глобальних секторів креативної діяльності виділяють fashion-індустрію. Цей підсектор є відносно невеликим, але достатньо перспективним для інтеграції у міжнародний ринок. Сьогодні дизайн, включаючи дизайн одягу, є важливим інструментом економічного розвитку. В цьому контексті аналіз основних тенденцій та стильових напрямів у дизайні одягу є перспективним напрямом і досліджень, і розвитку національного культурного продукту. Однак, попри здобутки у дизайні та опис стилів в одязі, залишається ще багато прогалин у дослідженні жіночого костюму в колекціях європейських дизайнерів ХХІ ст.

Важливим завданням є опис та систематизація базових стилів (авангардний, класичний, романтичний, спортивний, фольклорний), причини їх виникнення та прояв у колекціях жіночого одягу європейських дизайнерів початку ХХІ ст. Одним із важливих кроків у висвітленні заявленої теми є й аналіз сучасних fashion-видань. Усе вищенаведене й становить актуальність дослідження.

Мета статті полягає у виявленні основних аспектів формування та розвитку fashion-видань (від давнини до сучасності у контексті соціально-культурних процесів). У статті вперше стильові напрями у дизайні одягу розглядаються в контексті історичного розвитку fashion-видань. Акцентується увага на сучасних виданнях fashion-індустрії.

Аналіз публікацій. Основою даного дослідження є джерела, в яких проаналізовано процес становлення поняття «стиль» (Т. Адорно, Ю. Боров, О. Вальцель, Г. Вельфлін, В. Виноградова, І. Вінкельман), формування fashion-видань (М. Кондратьєв, Е. Кондрашева, Л. Пориваєва, Д. Раєва).

Попри значний доробок поза дослідницькою увагою залишився аналіз змін, що відбувалися з жіночими журналами моди («Collezioni», «Vogue», «Harper's Bazaar», «L'Espresso», «Burda Moden») у контексті соціально-культурних і мистецьких процесів.

Виклад матеріалу дослідження. Модні журнали з моменту своєї появи і до сьогодні передають еталони жіночої краси і основні риси стилю епохи. За рахунок того, що видання цього типу є основними трансляторами модних тенденцій, з часом вони стають частиною історії костюма. Зовнішній вигляд і зміст видань про моду за рахунок технічного прогресу і специфіки кожного історичного періоду неодноразово змінювалися з плином часу.

З огляду на мету дослідження варто згадати історію становлення жіночих журналів.

Перші прототипи модних журналів з'явилися в Стародавньому Римі. Глиняні ляльки висотою майже 25 см розмальовувалися відповідно до римської моди і пересилалися в провінцію з метою інформування населення про нові віяння в пошитті костюма. Наприкінці ХІІ ст. в Іспанії стали видавати книги-рекомендації для жінок і чоловіків, що стежать за модою. Видання роз'яснювали принципи створення модного туалету, містили ілюстрації і керівництво з шиття. Оскільки іспанські книги про моду мали тривалий період підготовки до випуску, вони демонстрували модні тенденції зі значним запізненням.

На початку 1640-х років у Франції з'явилися воскові ляльки Пандори, що стали третьою спробою цілеспрямованого поширення моди. На них надягали модні туалети і виставляли у вітрині паризького магазину на Сен-Оноре. Після демонстрації в Парижі, ляльок відправляли в інші європейські столиці. Ці ляльки були дуже популярними. Так, у зоні транспортування воскових Пандор припинялися військові дії. Ляльки використовувалися для демонстрації моди до 1860-х років, після чого їх замінили манекенами. У той час в Європі вже поширювалися модні журнали і вже 1679 р. у Ліоні почав друкуватися невеличкий літературно-критичний журнал «*Mercure galant dedie a Monseigneur Le Dauphin*». Привілей на його видання король Людовик XIV особисто видав видавцеві Жану Донно де Візе (Jean Donneau De Vize). Журнал займав восьму частину сторінки (листа). «*Mercure galant*» мав розділ світської хроніки, де публікувалися літературні новинки, замітки про події у вищому суспільстві, а також модні огляди з картинками (ілюстраціями).

Перший номер журналу відкривався описом весілля короля Іспанії Карла II і принцеси Марії-Луїзи Орлеанської. До статті додавалося гравюра Трувій, де зображено вбрання нареченої.

Із наступного року в додатку до журналу стали друкувати ілюстрації, присвячені паризькій моді. В «*Mercure galant*» працювали Абрахам Бос (Abraham Bosse), П'єр Боннар (Pierre Bonnard) та інші французькі художники. На жаль, повністю примірники «*Mercure galant*» не збереглися, тому не можна стверджувати, до якого часу друкувався безпосередній «предок» модних журналів.

У другій пол. XVIII ст. з'явилися перші спеціалізовані журнали, повністю присвячені моді. У 1776 р. з'явився паризький «*Galerie des modes et costumes francais*» («Галерея мод і французькі костюми»). 1785 р. вийшов друком французький «*Cabinet des modes ou les modes nouvelles*» («Управління образами і останніми модами»), 1779 р. – німецький «*Bertuchsche Journal des Luxus und der Moden*» («Журнал розкоші і моди»), в 1786 р. – італійський «*Journal des dames et des modes en France*» («Жіночий журнал і моди Франції»), 1794 р. – англійська «*Gallery of Fashion*» («Галерея моди») Еккерман, у 1797 р. – французький «*Journal des Dames et des Modes*» («Жіночий журнал мод») та ін. Вони склалися з окремих великих гравюр, розфарбованих акварельними фарбами вручну, мали опис кожної конкретної модної деталі. «Вважається, що «жіноча журналістика» виникла на сторінках міланського «*Journal des dames et des modes en France*». У той же період відбулася демократизація моди, що стала доступна всім верствам населення» [5].

До середини XIX ст. жіночі журнали про моду набули широкого поширення завдяки збільшенню кількості індивідуальних швейних машин, а також прогресу в галузі друкарства, що дозволив зменшити ціну на видання. До II пол. століття в журналах почали друкувати докладні описи презентованих моделей: керівництва з пошиття одягу, виготовлення аксесуарів тощо. Наприкінці XIX ст. модні видання вже співпрацювали з відомими кутюр'є: наприклад, моделі від Чарльза Фредеріка Ворта (Charles Frederick Worth) з'являлися у французькому журналі «*Le Paravent Rouge*».

Як зазначають історики моди, «з 1829 р. у Франції почав друкуватися журнал «*La Mode*» Емілії де Джірдді. Вся інформація в ньому подавалася в специфічному суспільно-філософському стилі. У журналі був літературний розділ, де поряд з іншими письменниками публікували молодого Оноре де Бальзака. Зображення для видання створював знаменитий французький художник Поль Гаварні» [7].

Перше жіноче видання в його сучасному розумінні вийшло в Філадельфії в 1830 р. і називалося. Головною причиною затребуваності випусків були розфарбовані вручну додатки з ілюстраціями модного одягу. За його номерами в даний час вивчають історію костюма тієї епохи. У листопаді 1867 р. у США вийшов перший номер журналу «*Harper Bazaar*» – найстаріший з нині існуючих журналів про моду. У щотижневому виданні для представниць середнього і вищого класу публікувалися зразки французької та німецької моди. З 1901 р. періодичність випуску журналу становила один раз на місяць. Основне завдання цього журналу – дати певне уявлення про моду, що позиціонувалася з вишуканістю і витонченістю. Для цього до роботи над формуванням журналу залучалися відомі художники-ілюстратори, а згодом і фотографи.

1883 р. у США ознаменувався виходом журналу «*Ladie Home Journal*», який спочатку був додатком до видання «*Tribune and Farmer*». У кожному номері містилася інформація про модні і косметичні новинки. Це видання й до тепер є одним із найуспішніших модних американських журналів.

У 1880 р. у Франції почав видаватися щотижневий журнал, назву якого можна перекласти як «Маленьке відлуння моди». Мода була головною темою випусків – у виданні описувалися тенденції крою, кольору, тканини. До середини 1930-х років у журналі з'явилися фотографії.

Під час німецької окупації видання друкувалося раз на місяць і скоротило обсяг до восьми сторінок, але при цьому не втратило актуальності.

Після війни періодичність знову стала щотижневою. До 1950 р. тираж видання зріс до 1,5 млн. прим., але пізніше журнал почав втрачати популярність і в 1983 р. його згорнуто.

1886 р. у Нью-Йорку вийшов перший номер журналу для вищого суспільства «Cosmopolitan». Спочатку його цільовою аудиторією були не лише жінки: журнал під керівництвом П. Шліхта (Paul Schlicht) призначався для всієї родини, в ньому існували навіть дитячі сторінки. Жінкам призначалися окремі статті: поради по догляду за дітьми та ведення домашнього господарства, кулінарні рецепти та рекомендації щодо оформлення інтер'єру, а також статті про моду. Після зміни власника, журнал став використовувати кольорові ілюстрації, а також друкувати рецензії на літературні новинки. Відродила журнал Хелен Герлі Браун (Helen Gurley Brown), посівши посаду головного редактора в 1965 р. Вона зробила журнал більш демократичним: змінила тон публікацій на більш м'який, помістила на сторінки видання теми моди.

У 1873 р. у США з'явився журнал «The Queen». У 1897 р. його перейменували на «McCalls Magazine – The Queen of Fashion» (пізніше друга частина назви була знята). Спочатку в виданні мало 12 сторінок, але пізніше зміст доповнився статтями про здоров'я, красу, подорожі. Журнал став успішним завдяки викрійкам одягу, розробленими творцем журналу Джеймсом Маккола, які друкувалися аж до його смерті в 1884 р.

У 1932 р. з'явився особливий формат видання «три в одному»: журнал складався з трьох великих розділів – «Новини і читання», «Краса і стиль», «Домоводство». В такому форматі видання функціонувало до 1950 р.

У 1949–1962 рр. його особливою рисою була колонка Е. Рузвельт, з відповідями на надіслані до редакції листи. Він припинив своє існування в 2002 р.

У 1892 р. у США вийшов перший випуск журналу «Vogue». Спочатку видання було щотижневим і складалося з 16 сторінок розміром у четверту частину аркуша; був красиво оформлений і якісно віддрукований. «Vogue» розповідав про життя світського суспільства, театральні вистави, музичні концерти, художні виставки і літературні новинки, а також моду і стиль. У журналі друкувалися якісні ілюстрації, публікувалися ескізи одягу, які часто відбивали нові модні віяння та тенденції, стилі.

Коли в 1909 р. «Vogue» придбав видавець К. Наст (Conde Nast), модна спрямованість видання ще більш посилилася. У 1916 р. з'явилася британська версія журналу, а в 1920 h/ – французька. До початку 1960-х років у видання змінилася аудиторія: відтепер «Vogue» орієнтувався на працюючих успішних жінок. Журнал став першим виданням, що опублікувало кольорову фотографію на обкладинці, містило знімки на розгорнутих сторінках без білих полів по краях зображення, вперше використовувалися «постановочні зйомки» [7].

Більше журналів з'являлося на межі XIX–XX ст. Були серед них і такі, що не досягли успіху і загальносвітової популярності («Gazette du Bon Ton», «Le Trait parisien» і «Art Gout Beaute»), однак і вони зробили свій внесок у формування модних тенденцій та стилів того часу.

У 1913 р. вийшов перший номер журналу для модної публіки «Vanity Fair». Тоді ж з'являються видання, призначені для домогосподарок і рукодільниць: у 1919 р. у Франції виходить «Modes et Travaux» («Мода і праця»), 1923 р. – «le Jardin des Modes» («Модні сади»). 1920–1950 роки – це так званий «золотий вік глянце». У цей час підвищеними темпами відбувся розвиток друкованих технологій, завдяки яким покращилася якість ілюстрацій, знизилася вартість випуску і скоротився час доставки видань. Жовтий папір низької якості, що використовувався протягом майже двох століть, був замінений на білий, а потім і на глянсовий. Журнали стали найдоступнішим і масовим типом ЗМІ. У «золотий вік глянце» в США з'явилися видання «Time» (1923 р.) і «New Yorker» (1925 р.), а також перший журнал для чоловіків «Esquire» (1932 р.).

У 1921 р. у Парижі з'явився журнал «Officiel de la couture», який став найстарішим із французьких модних видань, що випускаються до сьогодні. У 1938 р. журнал першим помістив на свої сторінки кольорові фотографії.

У 1937 р. у Франції вийшов щотижневий журнал «Marie-Claire», присвячений не лише моді: видання публікувало світські новини, читацьку пошту, рецепти збереження краси і здоров'я тощо. Журнал, що висвітлював різні грані життя жінки, мав значний успіх.

У 1945 р. з'явився французький журнал «Elle». Основною темою цього видання стала мода. Перші номери були розкуплені в рекордні терміни, а через кілька десятиліть він став найпопулярнішим у світі. Унікальна концепція «Elle» – розгляд моди крізь спосіб життя. Журнал дотримується принципу «змішуй і поєднуй», коли моделі люксових брендів становлять один комплект із речами середньої цінової категорії. Такий підхід демонструє головний закон «Elle»: індивідуальний стиль важливіше сьогохвилинних течій моди [5]. У журналі публікуються статті про красу, огляди косметичних новинок, новини про зірок, нариси про подорожі. В кожен номер журналу вкладаються пробники косметики і парфумерії. Видання дає рекомендації, але не нав'язує власні уявлення про стиль.

У 1950 р. у Німеччині вийшов журнал «Burda Moden», який пропонував жінкам самостійно шити модний одяг за прикладеними до видання викрійками. У повоєнний час подібна спрямованість стала революційною. Журнал придбав міжнародну славу за рахунок елегантності і практичності моделей одягу, а також завдяки високій точності викрійок розміром 1:1. Відмінністю від інших видань, що пропонують самостійне пошиття одягу, стала саме модна й стильова орієнтація «Burda Moden»: робочий процес починався з відвідування показів колекцій дизайнерів, де вибиралися найбільш вдалі моделі, які потім адаптувалися під смаки і можливості читачок журналу. «Burda» (Бурда) – журнал про моду, що випускається німецьким видавничим концерном Hubert Burda Media. Виходить із викрійками моделей одягу в натуральну величину.

Як зазначає Л. Пориваєва і Е. Кондрашова, «одним із важливих явищ в історії зарубіжної і вітчизняної культури стала поява і поширення жіночої періодичної преси, що вплинула на соціальні процеси. Жіночі видання, особливо у XIX – початку XX ст., сприяли не лише збереженню традиційних цінностей і установок, а й формуванню нових смислів у культурному світі жінок» [5].

Аналіз історії становлення та розвитку журналів мод дозволяє зробити узагальнення, що найпопулярнішим і єдиним журналом, що висвітлює лише моду, є «Vogue». Протягом майже 60 років, із моменту виходу першого номера і до 50-х років XX ст., цільовою аудиторією «Vogue» були забезпечені жительки Нью-Йорка – представниці вищого стану.

На початку 1960-х рр. журнал змінив спрямованість на ділових працюючих жінок – сучасних, активних, думаючих і стильних. Із 1988 р., з приходом А. Вінтур на посаду головного редактора американського «Vogue», аудиторія журналу розширилася. Видання продемонструвало, що мода може бути доступна не лише обраним, але і всім, хто захоплюється цією темою. В даний час аудиторія «Vogue» – жінки у віці від 25 до 45 років, що цікавляться модою.

Найвпливовішими в світі є «Vogue US», «Vogue UK», «Vogue France» і «Vogue Italia». «Велика четвірка» розробляє ексклюзивний зміст кожного номера, на відміну від інших версій, які можуть використовувати їх матеріали повторно. Американська і британська версії більше орієнтовані на масовий ринок, у той час як французький «Vogue» є самим розкішним виданням цього сімейства.

Основою лідерства й авторитету «Vogue» є унікальна роль бренду, як культурного барометра для глобальної аудиторії. «Vogue» подає моду в контексті культури і світу, в якому живемо, як одягаємося, спілкуємося; що їмо, слухаємо і спостерігаємо. «Vogue» занурюється в моду; це журнал, що не лише презентує останні тенденції моди, а й безпосередньо впливає на них, визначає стильові тенденції.

Сучасна версія «Harper's Bazaar» позиціонує себе як гід зі стилю для жінок, які хочуть завжди залишатися в темі, незалежно від того, вважають за краще вони класичний стиль або «casual» [8].

Стильове розмаїття чоловічої моди презентує «L'Officiel Hommes» – чоловіча версія журналу. Видається у Франції з 2005 р. і виходить раз у три місяці; орієнтований на чоловіків, які цікавляться модою і стилем [4].

Серед розмаїття сучасних fashion-видань широко відомим у світі є «Collezioni». У центрі уваги журналу – найостанніші дизайнерські колекції сезону і прогнози на майбутнє.

«Collezioni» – сезонний журнал моди (осінь-зима, весна-літо), що дещо випереджає час. Колекції сезону публікуються на місяць раніше, ніж вони з'являються в інших модних журналах і зберігають свою актуальність протягом тривалого часу [7].

Основні розділи та рубрики журналу «Collezioni»: Мода, аксесуари, прикраси. Тут представлені всі найвідоміші марки і ексклюзивні речі від провідних дизайнерів.

- Тенденції. – Подіумний блок актуальних трендів.
- Колекції. – Подання колекцій відомих дизайнерів світу.
- Краса. – Інформація про новинки парфумерії та косметики.
- Стиль життя. – Вплив моди на спосіб життя. Модні інтер'єри, ресторани, місця відпочинку тощо.

- Зоряний стиль. – Мистецтво одягатися (Поради зірок).
- Новини. – Новини у світі моди. Огляд книжкових новинок.
- Майстерня. – Як створюються шедеври моди. Задуми і втілення.
- Словник. – Розмова про вміння правильно називати предмети одягу, аксесуари, тканини.
- Спалах. – Сторінки світської хроніки.

Видання в повному обсязі представляє весь спокусливий і привабливий світ моди, розкриваючи всі аспекти сучасної модної індустрії.

«Collezioni» – це ще й тематичні сезонні випуски:

1. DONNA (Жіноча мода) – Одяг для сучасної жінки, що намагається в будь-якій ситуації виглядати гідно, впевнено і комфортно. Тут все присвячено жіночій красі: як підкреслити свої достоїнства, створити оригінальний образ, підкреслити свій стиль. 2. UOMO (Чоловіча мода) – Все, що хоче знати чоловік про модні новинки: основні тенденції в одязі, аксесуари, годинники, напої, а також автомобілі та нові технології. 3. BAMBINI (Дитяча мода) – Основні колекції провідних модельєрів світу для дітей від народження до 14 років, а також все, що розвиває почуття прекрасного у дитини: іграшки, предмети інтер'єру та багато ін. 4. BEACHWEAR (Колекції пляжного одягу). 5. SPOSA (Все для нареченої). 6. SPECIAL ISSUE (Все найдивніше, розкішне і цікаве).

«Collezioni» не лише знайомить читача із захоплюючим світом моди, але і виступає в ролі експерта, задаючи тон дизайнерам і надихаючи їх своїм баченням і матеріалами на створення нових колекцій.

Аналіз матеріалів fashion-видань засвідчує, що одним із ключових джерел натхнення для дизайнерів є живопис, графіка і сучасне мистецтво – абстракціонізм і графіті. Так, Міучча Прада при роботі над колекціями Prada зверталася до сучасного мистецтва і стріт-арту, а от східними мотивами і мистецтвом орігамі дизайнерський дует Dolce & Gabbana оспівував любов до розкішних золотих мозаїк із храму в сицилійському м. Монреалі. Модний будинок Louis Vuitton у різні роки надавав натхнення роботам художниці Яеї Кусами, майстра поп-арту Такаші Мураками та художника по графіті Стівена Спрауза [7]. На сторінках модних журналів презентуються модні колекції, які є прикладами яскравих колаборацій. Останнім часом молоді дизайнери все частіше черпають натхнення в роботах авангардистів. Роботи К. Малевича, П. Мондріана, В. Кандинського, а також учнів художньої школи Баухауз часто по-новому інтерпретуються в модних принтах дизайнерів.

Як зазначають Е. Манвельяні та А. Свиридова, «сьогодні мода і мистецтво не можуть існувати одне без одного. Дизайнери надихаються роботами як майстрів епохи Ренесансу, так і сучасними провокаційними роботами Дж. Кунса і Д. Херста. Молоді художники все частіше беруть участь у колабораціях як із відомими, так і з новими брендами. Вони розуміють, що колекції, натхненні їх творчістю, можуть стати чимось дивним і дати новий поштовх їхній кар'єрі» [7].

З моменту заснування журналів у них працюють одні з найкращих фотографів, художників, дизайнерів і журналістів, що дозволяє цим виданням щомісяця подавати своє власне витончене бачення світової моди, краси й поп-культури та стилю.

Отже, жіночі журнали стали незамінним помічником, допомагаючи краще орієнтуватися і адаптуватися в швидко мінливій дійсності, засвоювати нові цінності і стилі. Сучасні fashion-видання не лише презентують стильові напрями в дизайні одягу, а й активно їх формують. Висвітлені у статті положення не претендують на вичерпаний і всебічний розгляд проблеми і вимагають більшої дослідницької уваги.

Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі сучасних інтернет видань fashion-індустрії.

Список використаної літератури

1. Casual. Женский журнал о моде, стиле и красоте [Электронный ресурс]. URL: <http://www.casual-info.ru/moda/wardrobe/168/44778/> (дата звернення 14.10.2018 р.).
2. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусства: Проблема эволюции стиля в новом искусстве. СПб : МИФРИЛ, 1994. 428 с.
3. Історія розвитку журналів про моду [Електронний ресурс]. URL: <https://wiki.wildberries.ru/%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B5%D1%86/magazines/elle>
4. Кондратьев М. Первый «модный журнал» основал мужчина... для мужчин [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravda.ru/society/27-06-2010/1037765-magazine-0/> (дата звернення 24.10.2018 р.).
5. Порываева Л. В., Кондрашева Е. В. История возникновения женских журналов в Европе [Электронный ресурс]. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2016/TGU_7_142.pdf
6. Раева Д. М. Социокультурный анализ советской моды 20–30-х гг. XX века: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 24.00.01. Нижний Новгород, 2007. 175 с.
7. Эволюция женских журналов в ходе истории [Электронный ресурс]. URL: http://www.haskor.ru/article/evolyutsiya_zhenskih_zhurnalov_v_hode_istorii_36518 (дата звернення 24.10.2018 р.).
8. Энциклопедия моды [Электронный ресурс]. URL: <https://wiki.wildberries.ru/%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B5%D1%86/magazines/elle> (дата обрацения 18.02.2016 г.).

References

1. Casual. Zhenskiy zhurnal o mode, stile y krasote [Casual. Womens magazine about fashion, style and beauty] [online] Available at: <http://www.casual-info.ru/moda/wardrobe/168/44778/> [Accessed 14 October 2018].

«Vogue», «Harper's Bazaar», «L'Officiel», «Burda Moden») in the context of socio-cultural processes (such as works of M. Kondratiev, E. Kondrasheva, L. Porivayeva, D. Raeva) has been held.

Scientific novelty. The materials of the article can be used for further studies of the style, as well as during the Design History lectures for students of the design specialties.

Fashion magazines reflect the women's beauty standards and the main features of the style of the epoch since its appearance and till the present days. They become a part of the costume history over time due to the fact that publications of this type are the main translators of fashion trends. The appearance and fashion magazines content have repeatedly undergone changes over time due to the technical progress and the specifics of each historical period.

Key words: fashion industry, fashion product, style, fashion market, fashion trends, women's magazine.

Надійшла до редакції 2.11.2018 р.

УДК 73:72/747.012

АВТЕНТИЧНІ СКЛАДОВІ МИСТЕЦТВА Й АРХІТЕКТУРИ МАРОККО ЯК ДЖЕРЕЛО ДЛЯ РОЗРОБОК СУЧАСНОГО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ

Конопліна Олена Василівна – аспірантка кафедри дизайну,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
orcid.org/0000-0002-0912-3141
doi.org/10.35619/ucpmk.vi28.73
konoplina.info@gmail.com

Розглянуто і систематизовано першоджерела мистецтва країн Магрибу. Визначено основні характерні риси і джерела інспірацій мавританського стилю. Охарактеризовано етнокультурні особливості мистецтва Марокко. Розглянуто етнокультурну специфіку розвитку окремих видів декоративно-ужиткового мистецтва та архітектури, що в синтезі дали початок появі протодизайнерських рішень. Розроблено «абетку» художньої мови, що буде незамінна при створенні сучасних європейських дизайнерських стилізацій інтер'єрів. Виконана робота буде корисна як архітекторам і дизайнерам, так і студентам профільних вузів.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, екстер'єр, Марокко, мавританський стиль, першоеlementи.

Постановка проблеми. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст, можемо спостерігати небувалий сплеск інтересу до східного мистецтва. Перш за все, до ісламського, зокрема, арабського. Цю цікавість поділяють вчені і студенти, архітектори і дизайнери всього світу. Оскільки раніше східне мистецтво розглядали радше як предмет для посвячених, то і інформацію про нього можна було почерпнути в основному лише у спеціальних виданнях. Останнім часом стали з'являтися публікації про східне мистецтво для більш широкої аудиторії. Поступово в колі споживачів інформація починає систематизуватися і ставати більш упорядкованою і доступною. У тому числі і відносно найбільш «екзотичних» культур, наприклад, Марокко.

Дана робота є актуальною з огляду на те що, всі матеріали, які в ній зібрані воедино, мають дуже розрізнені джерела, які не висвітлюють повною мірою архітектурні елементи, предмети побуту й оздоблювальні матеріали, які що притаманні саме мавританському стилю. Дана праця буде корисна не лише науковцям, що вивчають проблематику окресленого регіону, а й практикам, архітекторам і дизайнерам, зокрема й студентам профільних закладів вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Великий внесок у вивчення і аналіз архітектури та декоративного мистецтва Марокко, яке входить до так званих країн Магрибу внесла Т. Каптерева. У своїй монографії «Мистецтво країн Магрибу» 1988 р. [5] вона дала глибокий аналіз формування художньої культури країн даного ареалу. Значний внесок у вивчення південно-африканського регіону також вніс відомий радянський вчений Б. Веймарн, у розділі «Мистецтво близького і середнього Сходу» в т. II «Загальної історії мистецтв» (в 6 т.), випущеної в Москві 1961 р. [2]. Вичерпне визначення Мавританського стилю склав В. Власов у т. 1 свого словника термінів «Стилі в мистецтві. Архітектура, графіка, декоративно-прикладне мистецтво, живопис, скульптура» (1995 р.) [3].

Мета статті – розглянути і систематизувати першоджерела мистецтва країн Магрибу, визначити характерні риси і джерела інспірацій мавританського стилю, охарактеризувати етнокультурні особливості мистецтва Марокко, розробити «абетку» художньої мови.

Завдання даної статті – відділити та вивчити, а також зробити опис першоеlementів, доступних із розрізненої літератури, систематизувати першоджерела мистецтва країн Магрибу, виокремити джерела інспірацій і характерні риси мавританського стилю, охарактеризувати етнокультурні особливості мистецтва Марокко, створити «абетку» художньої мови, яка буде незамінна при створенні архітектурних екстер'єрів, а також сучасних європейських дизайнерських стилізацій інтер'єрів.