

**Скасків О. М., магістр, Чжан Цзінсюань, бакалавр, Чупріна Н. В., професор**  
*Київський національний університет технологій та дизайну*

### **РОЗВИТОК КОЛАБОРАЦІЙ У СФЕРІ МОДИ ТА МИСТЕЦТВА**

**Анотація.** Досліджено умови та етапи розвитку колаборацій між творчою та комерційною складовими створення сучасного одягу як продукту моди в ХХ столітті. Визначено засоби взаємовпливу формально-структурних та художньо-образних властивостей розробки моделей одягу в світовій моді. Описано умови підвищення комерційної ефективності розробки моделей одягу масового виробництва за умови застосування в декоруванні одягу мотивів та творів різних напрямів сучасного мистецтва.

**Ключові слова:** дизайн костюма; продукт моди; дизайнерський бренд; принт; шоу-рум; масмаркет; альтернативна мода.

**Skaskiv O., Chzou Czinsuan, Chuprina N.**

*Kyiv National University of Technologies and Design*

### **DEVELOPMENT OF COLLABORATION IN THE FIELDS OF FASHION AND ART**

**Abstract.** The conditions and stages of the development of collaborations between the creative and commercial components of the creation of modern clothing as a fashion product in the 20th century have been studied. Means of mutual influence of formal-structural and artistic-figurative properties of the development of clothing models in world fashion are determined. The conditions for increasing the commercial efficiency of the development of mass-produced clothing models are described, provided that motifs and works of various directions of modern art are used in the decoration of clothing.

**Keywords:** costume design; fashion product; designer brand; print; showroom; mass market; alternative fashion.

**Вступ.** Мистецтво та мода впливали одне на одного протягом століть. Загальноприйнято стверджувати, що мистецтво і мода – це дві галузі постійної інновації та творчого самовираження. Однак вони істотно відрізняються одна від одної. У той час як мистецтво вільне від будь-яких обмежень, мода пов'язана з вимогами швидкоплинної індустрії та зазвичай розглядається, як легковажне ремесло, якому, на думку багатьох мистецтвознавців бракує суті та яке неможливо віднести до високого мистецтва. Вікторіанські моралісти називали моду «примхливою богинею», тим самим підкреслюючи її могутність, але в той же час ірраціональність. Критики-культурологи описували моду, як «улюблене дитя капіталізму», стверджуючи, що причина зміни стилю в одязі виключно захланність капіталістів і довірливість споживачів, оскільки кожна «остання» новинка моди ніколи не буває красивішою і функціональнішою за своїх попередниць [1]. Таким чином, незважаючи на властиві естетичні складові моди, вона зазвичай сприймалась як предмет споживання, в той час як мистецтво асоціювалося з вищою естетичною сферою.

**Постановка завдання.** У сучасному стрімкому діджиталізованому світі, потреба у створенні культового статусу на перенасиченому ринку зумовлює зростання попиту на «нову інтерпретацію сучасного мистецтва». У творчій сфері вузький кругозір суттєво обмежує потенційні можливості. Також варто відмітити, що дизайнери костюма завжди працювали з художниками задовго до комерційного тиску. Отже, модна індустрія та мистецтво йдуть, і завжди будуть йти пліч-о-пліч, що підкреслює актуальність теми та потребу визначення найбільш доцільних засобів їх поєднання при створенні актуального проєктного образу в дизайні костюма.

**Результати досліджень.** Засновник Кестонського Інституту (Оксфорд) М. Будро в своїй статті «Мистецтво і мода» (Art & Fashion), опублікованій журналом Artnews в 1990 році, зображував «ідеал», згідно з яким «мистецтво – це творення особистості,

яскраво палаючого вогню високого натхнення», в той час як мода, «тобто торгівля ганчір'ям ... відбувається без подібних ілюзій» [2]. Режисер Р. Редфорд зауважує, що протягом століть моду зображували як «щось інше» по відношенню до мистецтва», оскільки вона «повністю суперечить його уявленням про незмінність, правді і справжності і сприймається як щось надзвичайно небезпечне, коли віроломно вторгається в цитаделі мистецтва ... незаймана чистота мистецтва постійно піддавалась ризику бути опоганеною» [3].

Поет В. Шекспір порівнював моду з «спритним злодієм», який «швидше зношує сукні, ніж людина». Мистецтво ж, навпаки, асоціювалося в його творах з маскулітним генієм.

Однак, мода завжди черпає натхнення в мистецтві, яке є однією із складових частин культури. Природно, дизайнери звертаються до мистецтва, щоб наповнити свої творіння сенсом художньої свободи та проектного змісту.

На життєвому шляху творчих людей супроводжують натхнення на інновації, з яких вони потім свідомо чи несвідомо поглинають та трансформують художні ідеї. Дизайнери аналізують форму, урізноманітнюють кольори, надихаються соціальними, історичними та культурними явищами, тому є завсідниками в галереях мистецтв, музеях, студіях художників та архівах чи спілкуються зі своїми сучасниками в світі мистецтва. Від архітекторів та скульпторів до сучасних художників, що займаються інсталяцією, творчий розум має різні форми, а часто й різні впливи. Коли художник і дизайнер костюма співпрацюють та експериментують з кольором, формою та силуетами, народжується геніальний ансамбль костюма або предмет одягу чи аксесуар, яким згодом хочуть заволодіти мільйони людей.

Відомий кутюр'є Ч.Ф. Ворт був першим модельєром, який називав себе художником. Йому знадобилося декілька років, щоб трансформувати імідж та структуру галузі кравецтва, поступово перетворюючи її на «високу моду». При створенні певних моделей джерелом натхнення для кутюр'є слугували полотна А. ван Дейка. Як зауважив французький естет О. Юзан, «деякі наші фасони – не більше ніж звичайні копії з картин старих майстрів; зароджується мода на моду» [4]. У світі моди, кожному створену Ч.Ф. Вортом сукню сприймали, як престижний твір мистецтва, якого гідні лише заможні клієнти з кола еліти. Проте решта сприймали його та його діяльність, як звичайного торговця. Бажаючи повністю відповідати образу романтичного художника, Ч.Ф. Ворт працював над зовнішнім виглядом своїх продуктів моди та підкреслював, що для того, щоб створити сукню, йому необхідно натхнення.

Найголовніше є те, що Ч.Ф. Ворт першим став нашивати на одяг свої фірмові ярлики. Надалі гриф модельєра був наділений тією ж функцією, що і підпис художника, – підтверджував справжність, а отже цінність та вартість його творінь як продуктів моди. П. Гольбах, одна з кураторів паризького Музею моди і текстилю, зауважила, що «немає ніякого протиріччя між модою як індустрією і мистецтвом. Ч.Ф. Ворт подавав себе як художник, і з самого початку у Франції висока мода сприймалася як мистецтво, але разом з тим і як індустрія».

На зламі ХІХ–ХХ століть на європейському континенті Маріано Фортуні також створював чудернацькі сукні. В 1907 році він вигадав, а згодом запатентував плісіровані сукні-хітони в грецькому стилі “Делфос”. Митцю надзвичайно цікаво було працювати з формою, кольором та фактурою тканини, оскільки не вважав себе модним дизайнером. Проте бажаючих приміряти на себе ці арт-об'єкти і тим більше носити такий одяг, було вкрай мало.

Згодом спільноти італійських художників-футуристів та російських конструктивістів робили спроби втілити утопічну ідею антимоди. Проте вони так і не здобули собі місця всередині цієї системи.



Рис. 1, а-в. Маріано Фортуні плісирована сукня «Делфос», 1930-ті рр.

На початку ХХ століття одним з найвпливовіших модельєрів став французький кутюрье П. Пуаре. Його власний Будинок Високої моди спеціалізувався на прогресивних одиницях одягу, часто з орієнтальними мотивами, які зробили революцію в довоєнному світі моди. У 1918 році він заявив, що є художником такими словами: «Дами приходять до мене, щоб замовити сукню, – точно так само вони звертаються до найвидатніших художників, якщо хочуть мати власний портрет, написаний на полотні. Я художник – я не кравець» [5].

У Коко Шанель з цього приводу була цілком протилежна думка: «Сукня – це не трагедія і не картина, – заявила Г. Шанель, – це чарівне і недовговічне творіння, але не безсмертний твір мистецтва. Мода повинна померти і померти швидко, заради того щоб могла вижити комерція». Вона не тільки ставилася до П. Пуаре як до костюмера («Шахерезада – це легко, маленьке чорне плаття – це важко»), вона також дещо зневажливо називала свою велику суперницю Е. Скіапареллі «ця італійська художниця, яка робить одяг», – недвозначно натякаючи на те, що художнику не місце в світі моди [6, 7].

Разом з тим, на початку ХХ століття серед комерційних Будинків Високої моди зародилася тенденція співпрацювати з такими ж відомими художниками-візуалістами.

Е. Скіапареллі ставилася до дизайну одягу не як до професії, а як до мистецтва». Вона неодноразово співпрацювала з художниками при створенні своїх ансамблів костюма – С. Далі та Ж. Кокто (наведено у табл. 1) – і говорила, що, працюючи з ними, відчуває «підтримку і розуміння, що забирають за межі грубої і нудної реальності, де сукні просто робляться на продаж» [8].




Завдяки співпраці Е. Скіапареллі з художником С. Далі, світ побачили і згодом стали відомі всім сюрреалістичні фешн-об'єкти «Капелюх-туфля» і «Сукня з омаром» (табл. 1).

У 1959 р. Р. Сейсселін, фахівець у сфері мистецтва ХVІІІ століття, опублікував в *Journal of Aesthetics and Art Criticism* есе «Від Бодлера до Крістіана Діора: поетика моди». У цій роботі він стверджує, що мода перетворилася в різновид мистецтва. Однак минуло ще чимало часу, перш ніж з'явилися інші міжнародні публікації, що розкривають тему взаємодії моди як мистецтва, – це сталося тільки в 1980-і роки, і приводом для більшості з них стали присвячені моді виставки, для яких музеї стали надавати свої зали.

Незважаючи на це, з 1950-х по 1970-і роки естетичні аспекти моди були визнані принаймні в самому світі моди. Такі модельєри, як К. Баленсиага, К. Діор, Мадам Гре, Ч. Джеймс і особливо І. Сен-Лоран, іменувалися сучасниками не інакше як художники [9].

Таблиця 1

**Порівняльна таблиця прикладів співпраці художника-модельєра  
Е. Скіапареллі з художниками С. Далі та Ж. Кокто**

Ім'я дизайнера	Ім'я художника	Назва витвору	Приклад
Е. Скіапареллі	С. Далі	Сукня з лобстером, 1937р.	
		Капелюх-туфля, 1937–1938 рр.	
	Ж. Кокто	Ляний жакет з вишитим мотивом творчої роботи Ж. Кокто, 1937 р.	





*Рис. 2, а-б. Виставка робіт Ів Сен-Лорана пізнього періоду творчості, Малий палац, Париж, 2010 р.*

К. Баленсіага був у багатьох речах новатором та майстерно працював з тривимірними формами. Його хитромудрий крій і драпірування спонукали модних критиків порівнювати його з іспанськими художниками Д. Веласкесом та І. Сулоага [10] (табл. 2).

Модельєра Ів Сен-Лорана часто порівнювали з художником – зазвичай тому, що багато його речей несли на собі печатку художнього натхнення. У 1965 р. він представив публіці колекцію суконь «Мондріан», декорованих простим геометричним малюнком, запозиченим у абстрактних картинах П. Мондріана (табл. 2).

Діалог між мистецтвом і модою досяг кульмінації в 1990-х роках, коли музеї стали справжнім місцем демонстрації нових колекцій, як вітрини магазинів та шоу-руми. Робота модельєра стала більше подібна на заняття образотворчим мистецтвом.

І. Сен-Лоран часто міркував про свою творчість і говорив про тих художників, які на нього вплинули і чії роботи він колекціонував. Критики постійно підкреслювали, що він майстерно володіє кольором і формою. У 2010 р. масштабна виставка робіт І. Сен-Лорана пізнього періоду творчості, в Малому палаці в Парижі, категорично представила його як одного з найбільших художників ХХ століття» [9, 11].



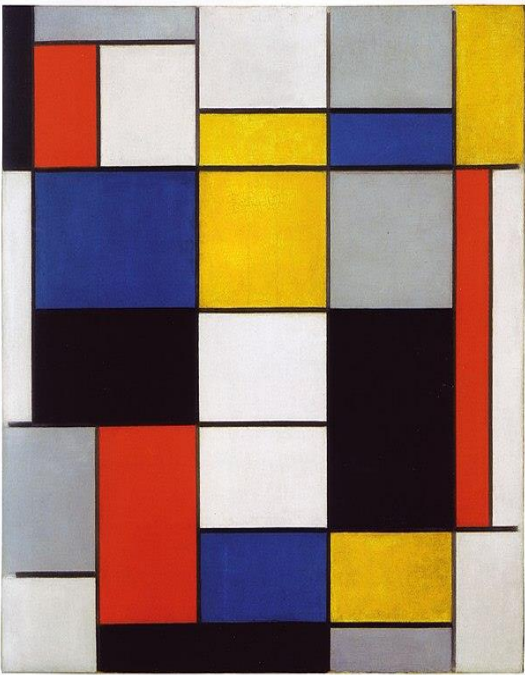

У цей час виникає концептуальна мода, для якої технології та інновації стали ключовими у вирішенні філософських проблем, затьмаривши традиційні для моди проблеми функціональності одягу. Починають з'являтися унікальні авангардні моделі, які демонстрували високу швейну майстерність та складний інтелектуальний підхід до дизайну. Найяскравішими представниками популяції модних дизайнерів тих років є М. Маржела, Р. Кавакубо, Х. Чалаян. Їхня творчість вирізняється підходом до розробок моделей та пошуком нестандартних рішень (табл. 3). Мода і мистецтво дійсно вторгаються в якісь абсолютно нові для себе межі.

Одним з найбільш характерних прикладів ефективності колаборацій у галузі мистецтва та моди можна вважати співпрацю модного бренду Prada та художника К. Чеміня у колекції осінь/зима 2016–2017 року. В колекції помітно сильний вплив стилістики 1950-х років, грецької міфології, натхнення творами Джотто, а також відсилання до кінопостерів режисера Р.В. Фассбіндера. Штатний дизайнер бренду Ф. Замбернарді звернувся до К. Чеміня в Instagram, і після згоди почалась активна робота

над колекцією. Чемін виставив всі свої роботи створені для Prada поруч із серією текстів, у берлінському просторі 032с, під назвою «Збережіть ромашки на холодні дні» [12]. Результат цієї співпраці був доволі нетрадиційний у порівнянні з баченим до того (табл. 3).

Таблиця 2

**Зразки впровадження мотивів мистецтва у моделях одягу  
провідних Будинків моди Європи**

Твір мистецтва відповідного періоду	Модель одягу Будинку високої моди
 <p data-bbox="276 1196 786 1265">Ігнасіо Сулоага, Портрет Марії дель Росаріо де Сільва і Гуртубай, 1921 р.</p>	 <p data-bbox="879 1196 1396 1265">Крістобаль Баленсіага, вечірня сукня з тафти, 1952 р.</p>
 <p data-bbox="375 1951 687 2016">П. Мондріан, Композиція А, 1920 р.</p>	 <p data-bbox="850 1951 1425 2016">Ів Сен Лоран, сукня натхненна творчістю П. Мондріана, 1965 р.</p>



Таблиця 3

Ефективність колаборацій у сфері мистецтва і моди

<p>М. Маржела, топ з водолазкою, осінь- зима 1998–1999 рр. Бавовна, пластик</p>	<p>Р. Кавакубо, джемпер, 1983 р. Вовна</p>	<p>Х. Чалаян, сукня “Airmail”, 1999 р. Тайвек</p>
<p>К. Чемінь, Impossible True Love, 2015 р. Кольорові олівці, папір</p>		<p>Прада, Тиждень моди у Мілані, осінь/зима 2016–2017 рр.</p>

Згодом було проаналізовано 1192 коментарів від підписників у соцмережах щодо загального враження від колекції. В цілому відповідь була позитивною, на кшталт “Мені неймовірно подобається ця сорочка!” чи “Ця колекція є моєю улюбленою!”, тощо, лише 2% негативних відгуків [12]. Важливим моментом в цьому є ще те, що бренд Prada знає уподобання своєї аудиторії, як правило споживачі цікавляться мистецтвом, і результати аналізу соціальних мереж вказують на це також (рис. 3).

**PRADA X CHRISTOPHE CHEMIN**  
Social Media Response



Джерело: [12].

Рис. 3. Результати опитування споживачів в інстаграм, брендом Prada

**Висновки.** За останнє десятиліття колаборацій у галузях мистецтва і моди стало надзвичайно багато. Це зумовлено тим, що залучення творчості художника надає продукту моди більшої вартісності і цінності. Такі речі імпонують споживачу не лише оригінальністю ідеї та концептуальністю моди, але й тим, що ніколи не вийдуть з моди. Відповідно, часи коли художник повинен бути божевільним і голодним минули, сьогодні продукування мистецтва вимагає великих фінансових вливань, що спонукає художників до співпраці з індустрією моди.

Цікаво досліджувати процес співпраці між дизайнером і художником є дуже розмаїтим та потребує ретельного дослідження, оскільки люди намагаються доносити меседжі за допомогою мистецтва, або, навпаки, намагаються рекламувати себе засобами мистецтва. Десь це послання глибоке, а десь поверхневе, проте завжди різностороннє.

Результатом розмаїття співпраці між митцями та дизайнерами є не лише вдалі продажі і піар, а й перший крок до зацікавленості широкого кола споживачів у мистецтві.

### Список використаної літератури

1. Чупріна Н. В. Аналіз взаємовпливу мистецтва, моди та культури. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб.наук.праць.* 2013. Вип. 30. С. 227–231.
2. Vanityfair: веб-сайт. URL: <https://www.vanityfair.com/>.
3. Style: веб-сайт. URL: <http://style.com/>.
4. Vogue: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.com/>.
5. Кузнецова І. О. Сучасні аспекти вивчення візуального сприйняття об'єктів мистецтва і дизайну. *Вісник ХДАДМ.* 2004. № 7. С. 26–32.
6. Chanel: веб-сайт. URL: <http://www.chanel.com>.
7. Toblin Sh. Chanel: The Couturiere at Work. Overlook Press, 1995. 136 p.
8. Скіапареллі Е. 15 висловлювань про моду. URL: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/persona/15-vyskazyvaniy-elzy-skiaparelli-o-mode-zhenshchinah-i.html>.
9. Berge P., Mirabella G. Yves Saint Laurent (The Universe of Fashion). Vendome Pr., 1996. 80 p.
10. Balenciaga: веб-сайт. URL: <https://www.balenciaga.com/en-us>.
11. Yves Saint Laurent: веб-сайт. URL: <https://www.ysl.com/en-en>.
12. Prada: веб-сайт. URL: <https://www.prada.com/ww/en.html>.