



УДК 7.012:687.01

КОМПЛЕКСНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ В СУЧАСНОМУ FASHION-ДИЗАЙНІ МОДНИХ ВИРОБІВ

НАДОПТА Тетяна, ДОКАЛЮК Тетяна

Хмельницький національний університет, Хмельницький, Україна
nadoptate@khmnu.edu.ua, dokaluktetana1@gmail.com

В роботі досліджено формування образу в сучасному fashion-дизайні в умовах активної взаємодії мистецтва, культури, технологій і візуальних комунікацій. Застосовано семіотичний підхід до інтерпретації образу модних виробів, відповідно до якого fashion-виріб розглядається як культурний код і засіб візуальної комунікації. Практичне підтвердження запропонованої моделі здійснено на прикладі подійної презентації сучасної колекції, що продемонструвало ефективність інтеграції матеріального, візуального та вербального рівнів формування образу.

Ключові слова: fashion дизайн, індустрія моди, модні вироби, соціокультурні процеси.

ВСТУП

Сучасний арт- і fashion-дизайн формуються в умовах інтенсивної міждисциплінарної взаємодії мистецтва, культури, технологій та візуальних комунікацій. Такий підхід зумовлює трансформацію до проєктування та інтерпретації дизайнерських об'єктів, зокрема fashion-виробів. У цьому контексті креативне мислення набуває статусу визначального чинника формування образної системи дизайну fashion-виробів, забезпечуючи інтеграцію художніх, ергономічно-функціональних і культурно-сміслових компонентів. Fashion-виріб виходить за межі утилітарного призначення та виступає як складний культурний код, здатний транслювати ідеї руху, ідентичності, сили та соціальних цінностей у просторі сучасної культури.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розробки комплексного механізму формування образу в сучасному fashion-дизайні, що передбачає інтеграцію художньої концепції, дизайну виробів, сценографії та візуальних засобів комунікації. У зв'язку з цим поставлено завдання обґрунтувати роль креативного мислення у процесі формування образної системи fashion-дизайну, а також визначити структурні компоненти та взаємозв'язки між матеріальним, візуальним і вербальним рівнями формування образу.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Як відомо, міждисциплінарність у індустрії моди це, насамперед, синтез художніх засобів різних видів мистецтва. Живопис, графіка, скульптура



та сучасні медіа впливають на формування силуету, кольорової гами, фактури матеріалів і композиційної структури fashion-виробів. Водночас дизайн середовища та сценографія визначають просторове сприйняття образу, акцентуючи увагу на взаємодії тіла, fashion-виробів та простору, особливо це актуально під час проведення різних fashion-заходів. Особливу роль у формуванні образної системи відіграють візуальні комунікації, які забезпечують трансляцію дизайнерської ідеї через подіумні покази, фотокампейни та цифрові платформи. Тоді виріб в такому контексті існує не ізольовано, а як частина цілісного візуального нарративу, де світло, звук, рух і медіасупровід підсилюють художній ефект.

Сучасні культурні процеси також суттєво впливають на образну систему індустрії моди. Соціальні зміни, мобільність, активний спосіб життя та власна ідентичність знаходять відображення у формах, стилістичних рішеннях і концепціях колекцій. Саме через таке поєднання дизайнер отримує можливість інтерпретувати ці процеси мовою fashion-виробів. Таким чином, міждисциплінарні зв'язки виступають ключовим чинником формування образної системи fashion-дизайну, забезпечуючи інтеграцію мистецтва, дизайну та культурного контексту. Вони сприяють розвитку креативного мислення дизайнера та створенню цілісних, концептуально насичених образів, що відповідають викликам сучасної індустрії моди.

У дослідженні образної системи fashion-дизайну важливе місце посідають наукові розробки з культури, семіотики та соціології, автори яких розглядають моду як складну знакову та комунікативну систему. Ролан Барт у своїх працях трактує моду як семіотичну систему, де виріб функціонує не лише як матеріальний об'єкт, а як носій знаків і смислів. За Р. Бартом, образ у моді формується через поєднання візуальних кодів, текстуальних описів і культурних контекстів, що безпосередньо впливає на розвиток образної системи fashion -дизайну як комунікативного явища. Жан Бодріяр розглядає моду в межах теорії симуляції та споживчої культури, наголошуючи на її ролі у створенні символічних образів, що виходять за межі функціональності. У цьому контексті fashion-дизайн постає як простір виробництва знаків, де образна система формується під впливом культурних міфів, медіа та соціальних уявлень. П'єр Бурдьє аналізує моду через призму соціальної структури, вводячи поняття «габітусу» та культурного капіталу. Згідно з його підходом, образна система fashion -дизайну відображає соціальні відмінності та механізми символічної комунікації, а стиль і імідж виступають інструментами соціальної ідентифікації. Кейт Флетчер у своїх дослідженнях акцентує увагу на сталому та етичному дизайні, розглядаючи моду як частину ширшого культурного та екологічного контексту. Її підхід розширює розуміння образної системи fashion-дизайну, доповнюючи її ціннісними та соціальними аспектами, що формуються в результаті міждисциплінарної взаємодії дизайну, культури та суспільства.

Таким чином, теоретичні концепції Р. Барта, Ж. Бодрієра, П. Бурдьє та К. Флетчер дозволяють комплексно осмислити роль міждисциплінарних



зв'язків у формуванні образної системи fashion-дизайну та обґрунтувати креативне мислення як ключовий чинник інтеграції мистецтва, дизайну та культурного контексту.

З метою практичного підтвердження семіотичного підходу Р. Барта до аналізу образної системи fashion-дизайну розглянемо розроблену авторами подіумну презентацію авторської колекції KANIS – «Сила стилю. Рух вперед» як цілісний комунікативний кейс (рис. 1, 2).



Рис. 1. Колекція KANIS - «Сила стилю. Рух вперед» (авт. Т. Докалюк, Хмельницький національний університет)

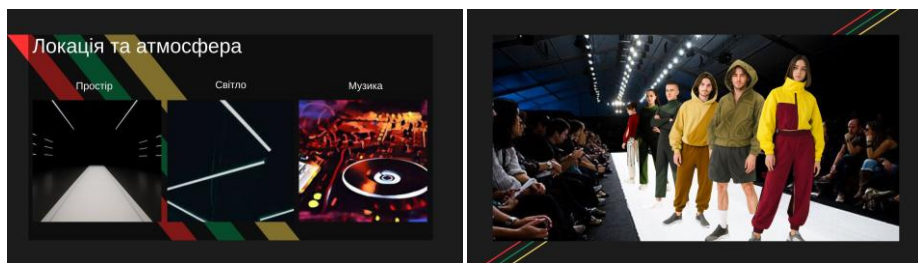


Рис. 2. Візуальне представлення колекції KANIS - «Сила стилю. Рух вперед» (авт. Т. Докалюк, ХНУ)

Матеріальний рівень образу. У колекції простежується домінування лаконічних силуетів, спортивних форм і функціональних елементів, орієнтованих на свободу руху. Використання чітких ліній, контрастних кольорових акцентів і сучасних матеріалів транслює ідеї динаміки, енергії та



активного способу життя. **Візуальний (іконічний) рівень образу.** Візуальний рівень реалізується через сценографію подіуму, світлові рішення та ритмічний музичний супровід. Темний простір залу, лінійні прожектори, що нагадують освітлення спортивної арени, а також електронна музика з чітким темпом створюють візуально-динамічний наратив. На цьому рівні виріб набуває художньої виразності та перетворюється на частину сценічного образу. **Вербальний рівень образу.** Вербальний рівень представлений назвою колекції, назвами окремих образів («Старт», «Драйв кольору», «Вуличний спорт», «Неро Look») та концептуальним описом показу. Ці текстові елементи задають смислові орієнтири для інтерпретації візуального матеріалу та закріплюють образ колекції в культурному контексті сучасної моди. Вербальний компонент спрямовує сприйняття глядача, підкреслюючи ідеї руху, сили та командної взаємодії.

ВИСНОВКИ

Отже, як впливає з наведеного аналізу, підтверджується релевантність семіотичного підходу Р. Барта для аналізу образної системи fashion-дизайну, зокрема в контексті подіумних презентацій. Показано, що подіумна презентація функціонує як багаторівнева знакова структура, у межах якої матеріальний, візуальний та вербальний рівні образу не існують ізольовано, а перебувають у постійній взаємодії. Така інтеграція підтверджує положення Р. Барта щодо багаторівневої природи моди та демонструє роль креативного мислення дизайнера як механізму синтезу мистецтва, дизайну та культурного контексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Селезньова, А. В. Сучасні тенденції розвитку fashion-ілюстрації в Україні. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 2020, вип. 43. С. 17-26. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.43.2020.220059>
2. Grose, Lynda & Fletcher, Kate. *Fashion and sustainability: Design for Change*. London: Laurence King Publishing. 2012. 320 p.

NADOPTA T., DOKALYUK T.

A COMPREHENSIVE MODEL FOR IMAGE FORMATION IN CONTEMPORARY FASHION DESIGN OF APPAREL

The study examines image formation in contemporary fashion design under conditions of active interaction between art, culture, technology, and visual communication. A semiotic approach is applied to the interpretation of fashion products, according to which a fashion item is regarded as a cultural code and a means of visual communication. Practical validation of the proposed model is provided through the analysis of a runway presentation of a contemporary collection, which demonstrated the effectiveness of integrating material, visual, and verbal levels of image formation.

Key words: fashion design, fashion industry, fashion products, sociocultural processes