



УДК 78.071.2:78.011.26"197/199";[7.05:687.016"20"
DOI: 10.31866/2617-7951.5.2.2022.266925

UDC 78.071.2:78.011.26"197/199";[7.05:687.016"20"

ЦИТУВАННЯ СЦЕНІЧНИХ ОБРАЗІВ МУЗИКАНТІВ ЖАНРІВ ХАРДРОК ТА ХЕВІ-МЕТАЛ 1970-90-Х РР. У ДИЗАЙНІ ОДЯГУ ХХІ СТ.

Катерина Кисельова,
<https://orcid.org/0000-0002-1580-287X>
кандидат технічних наук,
доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
katerinakiselova@gmail.com

Ольга Шандренко,
<https://orcid.org/0000-0001-5284-7252>
старший науковий співробітник,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
shan.olga77@gmail.com

Тетяна Дементович,
<https://orcid.org/0000-0002-4660-2539>
асистент кафедри
дизайну і технологій,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
dementovich.t@gmail.com

Аліна Щербак,
<https://orcid.org/0000-0002-5484-5354>
магістр дизайну,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
shcherbakalina@gmail.com

QUOTATION OF STAGE IMAGES OF HARD ROCK AND HEAVY METAL MUSICIANS OF THE 1970-90S IN CLOTHING DESIGN OF THE 21ST CENTURY

Kateryna Kyselova,
<https://orcid.org/0000-0002-1580-287X>
PhD in Technical Sciences (Engineering),
Associate Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
katerinakiselova@gmail.com

Olha Shandrenko,
<https://orcid.org/0000-0001-5284-7252>
Senior Researcher,
PhD in Art Studies, Associate Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
shan.olga77@gmail.com

Tetiana Dementovych,
<https://orcid.org/0000-0002-4660-2539>
Assistant of the Design
and Technologies Department,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
dementovich.t@gmail.com

Alina Shcherbak,
<https://orcid.org/0000-0002-5484-5354>
Master of Design,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
shcherbakalina@gmail.com

Анотація

Мета. Стаття присвячена огляду сучасних проєктів з дизайну одягу в контексті цитування сценічних образів музикантів жанрів хард-рок та хеві-метал 1970-1990-х рр. **Методологія дослідження.** Для з'ясування рівня наукової розробки проблеми використаний метод джерелознавчого аналізу. Для пошуку візуальної інформації використаний метод збору фактологічного матеріалу. Для описання та обробки візуальної інформації сценічних образів музикантів і показів колекцій провідних дизайнерів використані методи мистецтвознавчого, естетичного та структурно-композиційного аналізів, а також порівняльний метод. Для формулювання висновків використаний метод теоретичного узагальнення. Візуальний матеріал взятий з друкованих видань та мережі Інтернет. **Наукова новизна** роботи полягає у виявленні основних стилістичних ознак сценічного костюма виконавців музичних жанрів хард-рок та хеві-метал 70-90-х рр. XX ст., а також у здійсненні порівняння та пошуку цитат сценічних образів музикантів у сучасних подіумних колекціях одягу. **Висновки.** Розвиток дизайну сценічного костюма жанрів хардрок та хеві-метал з його широким впливом на моду вулиць, а також «офіційну моду», був обумовлений значним поширенням наприкінці XX ст. медіа-технологій популяризації. Сценічні образи артистів наслідували та впроваджували в повсякденний гардероб, по-перше, їхні шанувальники; по-друге, його розповсюдженню сприяли гучні рекламні кампанії з промоушену гуртів та виконавців; по-третє, поширення відбувалось через індустрію моди та творчість талановитих дизайнерів, які відчули настрої суспільства й змогли спрогнозувати комерційний успіх нової естетики. XXI ст. відомі бренди та дизайнери активно цитують сценічні костюми виконавців. Шляхи цитування є дуже різноманітними: від суцільного копіювання образів або запозичення окремого асортименту, копіювання форм та деталей одягу до імітації крою, декорування та оздоблення. Найпопулярнішим цитуванням є використання маскотів або логотипів гуртів для принтування та розробки дизайну

Abstract

Research aim. The article is devoted to the review of modern clothing design projects in the context of quoting the stage images of hard rock and heavy metal musicians of the 1970s-1990s. **Research methods.** The source analysis method was used to find out the level of scientific development of the problem. Collecting factual material method was used to search for visual information. To describe and process the visual information of stage images of musicians and shows of leading designers' collections, the Art history methods, aesthetic and structural-compositional analysis, as well as the comparative method, were used. The theoretical generalization method was used to formulate the conclusions. Visual material is taken from printed publications and the Internet. **Scientific novelty is** in identifying the main stylistic features of the stage costume of performers of the hard rock and heavy metal musical genres in the 70s and 90s of the 20th century, as well as in comparing and finding quotes of stage images of musicians in modern catwalk clothing collections. **Conclusions.** The development of the stage costume design of hard rock and heavy metal genres with its wide influence on street fashion, as well as "official fashion", was due to a significant spread of media technologies popularization at the end of the 20th century. Stage images of artists were imitated and introduced into an everyday wardrobe, firstly, by their fans; secondly, its distribution was facilitated by high-profile advertising companies promoting bands and performers; thirdly, it spread through the fashion industry and the work of talented designers who sensed the mood of society and were able to predict the commercial success of the new aesthetic. In the 21st century well-known brands and designers actively quote performers' stage costumes. Ways of quoting are very diverse: from completely copying images or borrowing a separate assortment, copying forms and details of clothes to the imitation of cut, decoration, and trimming. The most popular quoting is the use of band mascots or logos to print and design materials, various patches, and stickers. Borrowing a characteristic combination of the assortment in creating a general

матеріалів, різноманітних нашивок та наліпок. Останнім часом найбільшої популярності набуло запозичення характерного поєднання асортименту в створенні загального образу. Із загальних трендів сьогодення доходимо висновку, що експерименти з самою формою та її речовими складовими значно поступаються експериментам з емоційним наповненням образів, які вдало забезпечуються цитуванням сценічного костюма з його гіперболізованою видовищністю та виразністю.

image has recently become the most popular. From the general trends of today, we come to the conclusion that experiments with the form itself and its material components are significantly inferior to experiments with the emotional filling of images, which are successfully provided by quoting the stage costume with its hyperbolized spectacularity and expressiveness.

Ключові слова: **Keywords:**

сценічний костюм, сценічні образи, мода, тренди, історія музики, рок-музика, дизайн одягу.

stage costume, stage images, fashion, trends, music history, rock music, fashion design.

Вступ **1**

Взаємодія індустрії музики та індустрії моди сьогодні є важливим напрямком досліджень. Першість виникнення певних елементів та тенденцій є постійним джерелом дискусій в популярному, а знедавна, і в науковому середовищі. У взаємодії дизайнерської і музичної спільноти в процесі обміну візуальними та музикальними ідеями виникає середовище, що сприяє виникненню та реалізації нових напрямків, а також впливає на оновлення обох спільнот.

Американська та європейська музична культура ХХ ст. відзначилася створенням багатьох музичних жанрів, які здійснили вплив як на культурно-філософські аспекти життя, так і на розвиток моди, що потужно простежується і в сьогоденні. Революційними жанрами музичного рок-мистецтва кін. ХХ ст. стали хардрок та хеві-метал (або хард-енд-хеві) з характерними лише для них законами й правилами поведінки, а також самобутніми образотворчими засобами та прийомами художньої виразності, які значно вплинули на норми зовнішнього вигляду молоді тих часів. Тренд цитування образів популярних виконавців виявився досить стійким. Багато дизайнерів та брендів успішно використовують стилістичні особливості сценічних костюмів виконавців хардроку та хеві-метал, а також цитують образи породжених ними субкультурних течій ХХ ст. у сучасних подіумних колекціях одягу. Аналізу й систематизації подібних цитат, власне, й присвячене наше дослідження.

Мета дослідження **2**

Мета статті полягає у виявленні основних стилістичних ознак сценічного костюма виконавців музичних жанрів хардрок та хеві-метал 70-90-х рр. ХХ ст. та пошуку цитування сценічних образів музикантів у сучасних подіумних колекціях одягу.

Методологія та аналіз джерельної бази

3

Для з'ясування рівня наукової розробки проблеми використаний метод джерелознавчого аналізу. Було встановлено, що досліджень, які описують вплив жанрів хардрок та хеві-метал на дизайн одягу й дозволяють простежити взаємовплив модної та музикальної індустрій, дуже мало. В основному, дослідники описують творчість музичних гуртів, у яких також приділяють увагу зовнішньому вигляду виконавців: Leonard (1989), Sims (2001), Leaf та Sharp (2003), Daniels (2016), Mann (2017). Існують енциклопедичні видання, що описують вплив рок-музики на культуру (Shepherd et al., 2003). Сценічні образи музикантів описані, зокрема, у Leaf та Sharp (2003), Blackwell та Stephan (2003), Aram Sinnreich та Marissa Gluk (2005), Morrell Ernest (2004), Kummer (2016), Mann (2017), Smith (2018), Janice Miller (2011). У деяких дослідженнях за допомогою методу порівняння здійснюється оцінка сценічних образів окремих виконавців та модних тенденцій. Так, Blackwell & Stephan (2003), а також Janice Miller (2011) описували гурт «Kiss», а Mann (2017) – гурт «Guns N' Roses». Але ці автори роблять акцент на розшифруванні того, яким чином мода та музика вплинули на формування сучасного ставлення до тіла та ідентичності, переважно описуючи послідовників цих гуртів або відображення сценічних образів у вуличній моді. Елементи рок-стилю, які десятиліттями втілювалися в музичній спільноті, описані в популярній книзі John Varvatos та Holly George-Warren «Rock in Fashion» (2014). Автор John Varvatos є дизайнером і власником бренду; він представляє свої колекції та розповідає про провідних рок-музикантів, які надихнули його на втілення тієї чи іншої колекції або моделі одягу, що є дуже цікавим матеріалом для дослідження. Спроба розглянути цитування образів музикантів у дизайні XXI ст. була зроблена авторами даної статті в тезах доповідей (Щербак & Кисельова, 2019), а також у статті (Кисельова та ін., 2021). Натомість, у даній статті аспекти цитування будуть розглянуті більш докладно за допомогою методів мистецтвознавчого, естетичного та структурно-композиційного аналізу.

Результати дослідження

4

Основними ознаками приналежності виконавців до певного музичного жанру, окрім музичних особливостей, є їхній зовнішній вигляд, що працює як ідентифікатор. У музичній енциклопедії зазначено, що певний образ підсилює психологічний вплив музики, надає їй характерності, в образі музикантів навіть можна простежити натяк на статус виконавця в групі (Jasper & Oliver, 1985, p. 58). Жанри хеві-метал та хардрок неодмінно супроводжувала позамузикальна атрибутика, а саме аудіальність, сценічні форми, імідж та зовнішній вигляд виконавця, його манера рухів та дій на сцені, активність аудиторії, можливість самовираження (Jasper & Oliver, 1985, p. 70).

Популярність хард-енд-хеві в 70-80-х рр. XX ст. вплинула на зміну норм поведінки і зовнішнього вигляду молоді. Прагнення до самореалізації, індивідуальності, самовираження, виявлення своїх поглядів і самобутності виливалися в нестандартній музиці хард-енд-хеві, неодмінно з проявами новаторства одязі та створенні власного іміджу. Адже «костюм здатен швидше і простіше для глядача донести інформацію», він є ніби коротким повідомленням (Шандренко, 2018). Ці повідомлення у вигляді яскравих образів хард-енд-хеві-виконавців підхопили модні подіуми, популярність жанру ввійшла у широкі маси. Люди змінювали манеру одягатися, щоб імітувати співаків популярного жанру. Масовість моди, в свою чергу, сприяла розвитку авангардного на той час музичного жанру, й за законами масового мистецтва забезпечила його розповсюдження в культурно-мистецькому просторі (Tortora & Eubank, 2009). Музика хард-енд-хеві запровадила не тільки запозичення окремих елементів сценічних образів, а й породила новий стиль життя і манеру поведінки, сприяла появі нових стильових напрямків 80-90х рр. у модній індустрії. Кожен гурт намагався створити нові сценічні образи, якомога більш унікальні та впізнанні. Одними з найяскравіших прикладів «модного вторгнення» можна назвати гурти: «Guns and Roses», «Kiss», та «Iron Maiden». Кожен з них мав свою неповторну манеру не тільки в музиці, а й в сценічному костюмі та поведінці.

Гурт «Iron Maiden» одним з перших започаткував «моду металу». Образи учасників не можна було назвати найяскравішими. Вони вдягалися в шкіряні куртки-косухи, футболки, світлі джинси або шкіряні штани; носили довге волосся і використовували порівняно незначну кількість аксесуарів. Фанати могли легко наслідувати їхню манеру одягатися у повсякденному житті, що сприяло розповсюдженню й тиражуванню образу. Невдовзі всі ці знахідки назвуть «класикою моди металу».

Окрім «класики металевої моди», «Iron Maiden» започаткували використання логотипів гуртів в одязі, що стало стійким трендом і з успіхом використовується досі. Логотип і знак «Iron Maiden» вважається найпопулярнішим та найупізнанішим серед усіх інших гуртів. Він містить фірмовий напис та зображення «Едді», який є символом і маскотом групи. «Едді» зображений на всіх обкладинках альбомів гурту, досить часто у страхітливих сценах, а також представлений у декораціях на концертах. Цей маскот так вразив публіку, що з'явилась певна мода на подібні зображення, логотипи гуртів, художні обкладинки дисків, які потім перетворились на обов'язкову складову образу виконавців хард-енд-хеві. Сьогодні цей тренд широко використовується багатьма дизайнерами мереж «мас-маркет», а також часто з'являється в моді «стріт-стайл». Логотип та обкладинки альбомів гурту «Iron Maiden» в якості принтів на одязі використовували

Balenciaga (FW 2012), Vetements (2016-19), Givenchy (FW 2017), Off White (SS 2017), MM6 Maison Margiela (2018).

Іншим гуртом хеві-метал, який широко цитується на подіумі, є «Guns N' Roses» і його вокаліст Ексл Роуз. Він завжди дивував своїм зовнішнім виглядом навіть своїх фанатів. Ексл був першим хардрок-виконавцем, який поєднав на той час непоєднуване – рок-атрибутику зі спортивним та класичним стильовими напрямками одягу. Стильові ознаки його одягу дуже чітко та успішно відобразив дизайнер Александр Венг у своїй колекції SS 2019 «ready-to-wear». Дизайнер майже скопіював легендарний образ Ексла Роуза різних років: бандана, зав'язана навколо голови; масивні пояси, нашаровані один на одного; майка або футболка з написами чи ілюстрацією; косуха або піджак «оверсайз», короткі шорти та кросівки, навіть кілт (рис. 1). Образ Ексла цитували FACETASM (Fall 2017-18), 99% IS- Seoul (SS 2017), Mooyul (menswear Fall 2017, Fall 2018). Не залишилися без уваги й інші учасники гурту. Образ бас-гітариста Даффа Маккагана надихнув Coach (S/S 2017), Unravel (S/S 2018), Comme des Garçons Homme Plus (Fall 2019). Елементи образів Слеша та Стівена Адлерів використав Topmen (Spring 2016), Dilara Findikoglu (S/S 2017), R13 (S/S 2019).



Рис. 1. Ексл Роуз з гурту Guns N Roses та моделі колекції Alexander Wang spring 2019.

Fig. 1. Axl Rose from the band Guns N Roses and a model of the Alexander Wang spring 2019 collection.

Гурт «Kiss» через яскравість сценічних образів, є, напевно, найбільш цитованим. До їхньої творчості постійно звертається Philipp Plein, від багато оздобленого блискітками шкіряно-

го одягу (S/S 2019) до заповнення логотипами гурту всієї поверхні одягу та використання типового макіяжу виконавців (S/S 2020). Шкіряний одяг гурту легко ідентифікувати в колекції Pam Hogg (A/W 2016) (рис. 2). John Varvatos у колекції (spring 2014) не тільки процитував образи гурту, а й запропонував взяти участь у презентації.



Рис. 2. Гурт Kiss та моделі колекції Pam Hogg A/W 2016 Rtw.

Fig. 2. The band Kiss and the models of the Pam Hogg A/W 2016 Rtw collection.

Деякі дизайнери будують колекції на цитуванні тільки одного образу виконавця. Таким став Пол Стенлі в Versus (A/W 2017 rtw). З новою хвилею популярності шкіряного одягу до образів гурту звернулись «мас-маркет»-бренди Jededldn, H&M, Zara, New Yorker. На сайті Amazon можна придбати будь-який одяг – від шкарпеток, трусів, бейсболок, футболок та піжам з зображенням та логотипами «Kiss» до повних образів із взуттям та аксесуарами.

В колекції Alexander McQueen (A/W 2019/2020 rtw) увагу привертають шкіряні чорні плащі і куртки з шипами та вставками з кольорової шкіри. Короткі шкіряні куртки поєднані з багатошаровими пишними спідницями і високими берцями з шипами. Верхній одяг колекції дуже нагадує костюми «Judas Priest» (рис. 3).

Постійно впроваджує на подіумах елементи сценічних образів артистів жанру хард-енд-хеви Philipp Plein. Концепція його бренду – це образи глем-метал-виконавців, яким так прославився гурт «Kiss» у 80-х рр., чи образи хеві-метал гурту «Judas Priest», які він вдало інтерпретує та поєднує. Дуже довге начесане волосся, використання макіяжу у чоловіків, яскравий шкіря-



Рис. 3. Гурт Judas Priest та моделі колекції Alexander McQueen A/W 2019/2020 Rtw.

Fig. 3. Band Judas Priest and models of the Alexander McQueen A/W 2019/2020 Rtw collection.



Рис. 4. Гурт Kiss та моделі колекції Philipp Plein S/S 2020 Rtw.

Fig. 4. The band Kiss and the Philipp Plein S/S 2020 Rtw collection.

ний одяг або такий, який щільно облягає, використання значної кількості різноманітного інкрустування блискітками, шипами, стразами, нашивками, масивне взуття, надмірність деталей та аксесуарів в образі, ланцюги, пов'язки, логотипи. Філіп Плейн вдало використовує ці прийоми в колекціях 2014-2021 рр. (рис. 4). У колекції 2020 р. у якості аксесуарів використані навіть стилізовані музичні інструменти.

Цитування сценічних образів артистів жанрів хардрок та хеві-метал перетворилося в модний стильовий напрямок «grunge», який зародився у 70-х, а сформувався наприкінці 80-х рр., і є надзвичайно популярним останні 10 років. Розпочавшись як «неохайний та відштовхуючий» зовнішній вигляд, який мінімально узгоджувався з нормами того часу та стверджувався, здебільшого, запраними зім'ятими футболками з гаслами та логотипами, рваними джинсами, шкіряними куртками та картатими фланелевими сорочками, витягнутими светрами, речами незрозумілих розмірів, з необробленими швами, які поєднувалися незвичним чином, цей стиль поступово перетворився у «маргінальний шик», який широко розповсюдився.

Термін «grunge» був використаний для опису творчості та зовнішнього вигляду багатьох гуртів: «Guns N' Roses», «Nirvana», «Alice in Chains», «Judas Priest», «Pearl Jam». Колекції в цьому стильовому напрямку на подіумах були представлені багатьма брендами, серед яких можна відмітити колекції Yves Saint Laurent (A/W 2013, Menswear S/S 2016), Dries van Noten (A/W 2013), R13 (F/W 2020), Monse (F/W 2020), Burberry (F/W 2020), Gucci (F/W 2020), Alexander McQueen (F/W 2020). Для колекції (Resort 2019) Марк Джейкобс повернув 26 образів зі своєї колекції Perry Ellis 1993, яка випередила час і три десятиліття тому дуже сильно критикувалась, а зараз описана у всіх джерелах з історії моди.

2021 та 2022 рр. не стали винятком у популяризації цього стильового напрямку. В колекціях Missoni (S/S 202), Balenciaga (S/S 2022), Miu Miu (S/S 2022) бачимо порвані джинси та необроблені краї виробів, об'ємні трикотажні джемperi з неохайними дірками. Шкіряна куртка-косуха та масивні черевики Dr. Martens багатьма журналами названі речами «must have» 2022 р., вони фігурували в показах Alexander McQueen (S/S 2022), Courreges (S/S 2022), Prada (S/S 2022 RTW). Всесвітньо відомі рітейлери Topshop, Diesel H&M, Zara пропонують цілі колекції у даному стильовому напрямку.

Незважаючи на те, що «grunge» з'явився саме як заперечення «гламуру», бренд «Rick Owens» власну творчість назвав «гланж» – суміш гламуру і гранжу. В колекції Menswear spring 2020 комбінезони з плащівки прикрашені блискавками, ботильйони на високих платформах і прозорих підборах дуже нагадують костюми гурту «Kiss» (рис. 5).



Рис. 5. Гурт Kiss та моделі колекції Rick Owens Menswear spring 2020.

Fig. 5. The band Kiss and models of the Rick Owens Menswear spring 2020 collection.

З українських брендів можна відзначити «Preapoclo», який у 2020 р. на UFW в рамках проекту BE SUSTAINABLE представив колекцію з образами, що поєднують панк- та хардрок-естетику.

Отже, з даного огляду стає зрозуміло, що дизайнери дуже широко використовують сценічні образи хардрок та хеві-метал-артистів і з часом ці тенденції все більше поширюються майже на всі класи одягу від «mass-market» і «bridge» до «ready-to-wear». Розглянемо шляхи цитування, які є найбільш розповсюдженими в дизайні одягу XXI ст. (табл. 2) і відрізняються за ступенем складності. Найбільш складні шляхи цитування з повним копіюванням образів або зміною гендерної приналежності носіїв із запозиченням комплектності найчастіше використовуються у розробці одягу вищих ліній ("ready-to-wear"). Найбільш прості шляхи, такі як використання логотипів або маскотів гуртів у принтах або наліпках, є найбільш характерними для «mass-market»-сегменту.

**Наукова
новизна та
практична
значимість
дослідження**

5

Виявлені основні стилістичні ознаки сценічного костюма виконавців музичних жанрів хардрок та хеві-метал ХХ ст. Підкреслено, що сценічні образи артистів були новаторськими, вони впроваджували нову протестну естетику через використання оригінальних форм одягу, поєднання непоєднаних речей, їх довільного нашарування, впровадження нових видів

Таблиця 2.

Шляхи цитування сценічних образів хардрок- та хеві-метал-виконавців у дизайні одягу

Tabl.2.

Ways of quoting the stage images of hard rock and heavy metal artists in clothing design

Шляхи цитування сценічних образів хардрок- та хеві-метал-виконавців у дизайні одягу		
Ready-to-wear	Bridge	Mass-market
<ul style="list-style-type: none">– суцільне копіювання образу– запозичення характерного макіяжу та зачісок– копіювання образу зі зміною гендерної приналежності– повне запозичення характерної комплектності асортименту– запозичення окремого характерного асортименту– копіювання форм одягу– імітації крою окремого асортименту– копіювання окремих деталей одягу– копіювання виду оздоблення– копіювання характерних місць декорування– використання обкладинок альбомів, маскотів гуртів, логотипів гуртів у якості оздоблення (принтів, розпису, вишивок, аплікацій)– розробка дизайну матеріалів з використанням обкладинок альбомів, маскотів гуртів, логотипів гуртів, характерних музичних інструментів– використання нашивок та наліпок з характерною символікою гуртів– повне або часткове запозичення характерних доповнень (ремені) та аксесуарів (ланцюги)– використання музичних інструментів у якості форм для доповнень (сумки, взуття) та аксесуарів		

одягу, незвичного декорування та оздоблення, використання оригінальних аксесуарів та доповнень, а також яскравого макіяжу. Всі ці надбання склалися в культурні коди, які при використанні у нових образах легко декодуються й збуджують глядача до сприйняття й «прочитування» інформації, яка закладається дизайнером. Відтворюючи відомий, добре впізнаваний образ або його частину, шляхом цитування дизайнер підключає значну частину смислових асоціацій, які містяться у свідомості споживача, таким чином значно полегшуючи собі шлях до успіху.

Основними здобутками дослідження стало створення великої бази порівнянь та пошуку цитат сценічних образів музикантів у сучасних подійних колекціях, частину яких можна побачити в таблиці 1, а також – класифікація шляхів цитування, характерних для сучасного дизайну одягу у різних сегментах.

Висновки **6**

Розвиток дизайну сценічного костюма жанрів хардрок та хеві-метал та широкий вплив на моду вулиць, а також «офіційну моду», був обумовлений значним поширенням наприкінці

XX ст. медіа-технології і популяризації. Сценічні образи артистів наслідували та впроваджували у повсякденний гардероб їхні шанувальники, а також його розповсюдженню сприяли гучні рекламні кампанії щодо промоушену гуртів та виконавців, як і індустрія моди та творчість талановитих дизайнерів, які відчували настрої суспільства й змогли спрогнозувати комерційний успіх нової естетики.

Сьогодні напрям «grunge» має велике розгалуження: виникли «гланж», «лофт», «софт-гранж», «нео-гранж», «рок-гранж» тощо. Значна кількість дизайнерів звертаються до музичного та візуального спадку жанрів хардрок та хеві-метал за натхненням, відомі бренди активно цитують сценічні костюми виконавців. Шляхи цитування є дуже різноманітними, від суцільного копіювання образів або запозичення окремого асортименту, копіювання форм та деталей одягу до імітації крою, декорування та оздоблення. Найпопулярнішим цитуванням є використання маскотів або логотипів гуртів для принтування та розробки дизайну матеріалів, різноманітних нашивок та наліпок. Останнім часом найбільшої популярності набуло запозичення характерного поєднання асортименту в створенні загального образу.

Отже, сценічні образи музичних артистів стали потужним фактором руху розвитку моди та дизайну як у XX, так і на початку XXI ст. Багато модних тенденцій, розпочавшись в музикальному середовищі, продовжують еволюціонувати, постійно оновлюючись та збагачуючись новими рисами у творчості сучасних дизайнерів. Із загальних трендів сьогодення доходимо висновку, що експерименти з самою формою та її речовими складовими значно поступаються експериментам з емоційним наповненням образів, які дуже гарно забезпечуються цитуванням сценічного костюма з його гіперболізованою видовищністю та виразністю.

Список бібліографічних посилань

- Шандренко, О. М., & Симонія, К. Г. (2018). Сценічний костюм в сучасних мистецьких практиках. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 1, 73–79. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.1.2018.148150>
- Щербак, А. Ю., & Кисельова, К. О. (2019, 20–21 березня). Вплив музичних жанрів хард-рок та хеві метал на моду XXI століття. В *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство*, тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Ч. 2, с. 52–55). Видавничий центр КНУКіМ.
- Blackwell, R., & Stephan, T. (2003). *Brands That Rock: What Business Leaders Can Learn from the World of Rock and Roll*. John Wiley & Sons Limited.
- Daniels, N. A. (2016). *Judas Priest – Metal Gods Scrapbook*. CreateSpace.
- Jasper, T., & Oliver, D. (1985). *The International Encyclopedia of Hard Rock & Heavy Metal*. Facts on File.

- Kummer, J. (2016). *"Lipstick and Leather": Recontextualizations of Glam Metal's Style and Signification* [Master's Thesis, University of Lethbridge Research].
- Kyselova, K., Shandrenko, O., & Shcherbak, A. (2021). Stage Images of Rock Musicians and their Influence on the Formation of Modern Trends in Clothing Design. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 199–211. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235914>
- Leaf, D., & Sharp, K. (2003). *KISS: Behind the Mask. The Official Authorized Biography*. Grand Central Publishing.
- Leonard, H. (1989). *Judas Priest – Metal Cuts*. Hal Lenard Corporation.
- Mann, B. (2017). *Guns and Roses. Adult Coloring Book: Famous American Rock'n'Roll Idols and Legendary Axl Rose, Iconic Guitar Axe Slash and Hard Rock Pioneers Inspired*. CreateSpace.
- Miller, J. (2011). *Fashion and Music*. Berg.
- Morrell, E. (2004). *Becoming Critical Researchers: Literacy and Empowerment for Urban Youth (Counterpoints)*. College Press.
- Shepherd, J., Horn, D., Laing, D., Oliver, P., & Wicke, P. (Eds.). (2003). *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World (Vol. 1: Media, Industry and Society)*. Continuum.
- Simmons, G., Stanley, P., & Abbott, W. (2002). *KISS: The Early Years*. Three Rivers Press.
- Sims, J. (2001). *Rock Fashion*. Omnibus Press.
- Sinnreich, A., & Gluck, M. (2005, January 29). Music & Fashion: The Balancing Act Between Creativity and Control. In *Ready to Share: Fashion & the Ownership of Creativity*, The Norman Lear Center Conferene (pp. 3–45). Annenberg School for Communication.
- Smith, M. (2018). *Grange Society*. University of Michigan.
- Stanley, P. (2019). *Backstage Pass (4th ed.)*. HarperOne.
- Tortora, P. G., & Eubank, K. (2009). *Survey of Historic Costume*. Fairchild Books & Visuals.
- Varvatos, J., & George-Warren, H. (2014). *John Varvatos: Rock in Fashion*. Harper Design.

References

- Blackwell, R., & Stephan, T. (2003). *Brands That Rock: What Business Leaders Can Learn from the World of Rock and Roll*. John Wiley & Sons Limited [in English].
- Daniels, N. A. (2016). *Judas Priest – Metal Gods Scrapbook*. CreateSpace [in English].
- Jasper, T., & Oliver, D. (1985). *The International Encyclopedia of Hard Rock & Heavy Metal*. Facts on File [in English].
- Kummer, J. (2016). *"Lipstick and Leather": Recontextualizations of Glam Metal's Style and Signification* [Master's Thesis, University of Lethbridge Research] [in English].
- Kyselova, K., Shandrenko, O., & Shcherbak, A. (2021). Stage Images of Rock Musicians and their Influence on the Formation of Modern Trends in Clothing Design. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 199–211. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235914> [in English].
- Leaf, D., & Sharp, K. (2003). *KISS: Behind the Mask. The Official Authorized Biography*. Grand Central Publishing [in English].
- Leonard, H. (1989). *Judas Priest – Metal Cuts*. Hal Lenard Corporation [in English].
- Mann, B. (2017). *Guns and Roses. Adult Coloring Book: Famous American Rock'n'Roll Idols and Legendary Axl Rose, Iconic Guitar Axe Slash and Hard Rock Pioneers Inspired*. CreateSpace [in English].
- Miller, J. (2011). *Fashion and Music*. Berg [in English].
- Morrell, E. (2004). *Becoming Critical Researchers: Literacy and Empowerment for Urban Youth (Counterpoints)*. College Press [in English].
- Shandrenko, O., & Simoniya, K. (2018). Stsenichniy kostium v suchasnykh mystetskykh praktykakh [Scenic Costume in Modern Art Practices]. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 1, 73–79. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.1.2018.148150> [in Ukrainian].

- Shcherbak, A. Yu., & Kyselova, K. O. (2019, March 20–21). Vplyv muzychnykh zhanriv khard-rok ta khevi metal na modu XXI stolittia [The Influence of Hard Rock and Heavy Metal Music Genres on the Fashion of the XXI Century]. In *Ukraina u svitovykh hlobalizatsiinykh protsesakh: kultura, ekonomika, suspilstvo* [Ukraine in the Globalization Processes: Culture, Economy, Society], Abstracts of Papers of the International Scientific and Practical Conference (Pt. 2, pp. 52–56). KNUKiM Publishing Center [in Ukrainian].
- Shepherd, J., Horn, D., Laing, D., Oliver, P., & Wicke, P. (Eds.). (2003). *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World* (Vol. 1: Media, Industry and Society). Continuum [in English].
- Simmons, G., Stanley, P., & Abbott, W. (2002). *KISS: The Early Years*. Three Rivers Press [in English].
- Sims, J. (2001). *Rock Fashion*. Omnibus Press [in English].
- Sinnreich, A., & Gluck, M. (2005, January 29). Music & Fashion: The Balancing Act Between Creativity and Control. In *Ready to Share: Fashion & the Ownership of Creativity*, The Norman Lear Center Conferene (pp. 3–45). Annenberg School for Communication [in English].
- Smith, M. (2018). *Grange Society*. University of Michigan [in English].
- Stanley, P. (2019). *Backstage Pass* (4th ed.). HarperOne [in English].
- Tortora, P. G., & Eubank, K. (2009). *Survey of Historic Costume*. Fairchild Books & Visuals [in English].
- Varvatos, J., & George-Warren, H. (2014). *John Varvatos: Rock in Fashion*. Harper Design [in English].