



ДИЗАЙН ОДЯГУ, АКСЕСУАРІВ, ІМІДЖУ

Design of Clothes, Accessories, Image

УДК 687.01-051]:[659.153:687.016]-051
DOI: 10.31866/2617-7951.6.1.2023.279079

UDC 687.01-051]:[659.153:687.016]-051

МОДЕЛІНГ В СИСТЕМІ МОДИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ЗАСОБИ

Людмила Дихнич,
<https://orcid.org/0000-0003-1778-7551>
кандидат історичних наук,
професор
Київський національний
університет культури і мистецтв,
Київ, Україна
dl5020640@gmail.com

MODELING IN THE FASHION SYSTEM: TRENDS AND MEANS OF COMMUNICATION

Liudmyla Dykhnych,
<https://orcid.org/0000-0003-1778-7551>
PhD in Historical Sciences,
Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
dl5020640@gmail.com

Анотація

Мета дослідження – висвітлити базові дефініції моделінгу як складової системи моди, проаналізувати досвід персоналізації та співтворчості дизайнера з моделлю – демонстратором одягу. **Методи дослідження.** У дослідженні використано аналітичний, порівняльний, біографічний, системний, історичний, хронологічний методи, які дозволили окреслити ступінь впливу моделей-демонстраторів на презентацію та споживання модного одягу та на формування естетичних ідеалів моди. Методи спостереження та узагальнення застосовані для визначення сучасних тенденцій розвитку та комунікаційних засобів моделінгу. **Наукова новизна** полягає у виокремленні моделінгу як складової системи моди та самостійного напрямку дослідження; у виявленні підходів видатних зарубіжних та українських дизайнерів щодо вибору моделі та способу представлення нової розробки одягу; у виявленні та аналізі комунікаційних засобів моделінгу – персоналізації та співтворчості дизайнера і моделі – демонстра-

Abstract

This study has two purposes: to highlight the basic definitions of modeling as a fashion industry component and to analyze the experience of personalization and co-creation of a designer and a clothing demonstrator model. **The research methodology.** Analytical, comparative, biographical, systematic, historical, and chronological methods have been used in the research, which made it possible to outline the degree of demonstrator models influence on the fashionable clothes representation and consumption and on the fashion aesthetic ideals formation. Methods of observation and generalization have been applied to determine modern development trends and communication means of modeling. **The scientific novelty** is in the distinguishing of modeling as the fashion system component and an independent direction of the research; in revealing the approaches of prominent foreign and Ukrainian designers regarding model selection and the way of new clothing developments representation; the identification and analysis of commu-

тора одягу. На прикладі досвіду роботи К. Діора та А. Ільчун, І. Сен Лорана з Верушкою (Віра Готлібе Анна фон Лендорф) та К. Денев, Г. Шанель та М.-Е. Арно, О. Ясинської з Київським будинком моделей, ювелірного будинку SOVA з Н. Гоцій, М. Вороніна з В. Швецем та С. Чудовським доведено, що персоніфікація костюма за допомогою зовнішньо-пластичних та особистісних рис і якостей моделі-демонстратора є передумовою успішного просування і споживання модного одягу. **Висновки.** У період кінця 1940-х – 1960-х рр. у системі моди окреслилися такі тенденції, як розробка дизайнерами сегменту готового одягу та його доступність широкій цільовій аудиторії; міжкультурність та глобалізаційний контекст у створенні та представленні модного одягу. Дизайнери змінюють функцію «живої» моделі від мовчазного демонстратора з невідомим ім'ям на виразну змістовну особистість, яка за допомогою оригінальних прийомів професійної фотозйомки та показів моди стає «обличчям» колекції або окремого предмету одягу. У такий спосіб комунікаційними засобами є персоніфікація предмету одягу та співтворчість дизайнера і моделі.

nication means of modeling – personification and co-creation of a designer and a clothing demonstrator model. It has been proved that the costume personification with the help of external plastic and personal features and qualities of the model-demonstrator is the prerequisite for the fashionable clothes successful promotion and consumption on the examples of the work experience of Christian Dior and Alla Ilchun, Yves Saint Laurent and Veruschka (Vera Gottlieb Anna Gräfin von Lehndorff) and Catherine Deneuve, Gabrielle Chanel and Marie-Hélène Arnaud, O. Yasynska and the Kyiv House of Models, SOVA Jewelry House and N. Gotsiy, M. Voronin, V. Shvets and S. Chudovsky. **Conclusion.** Such trends as the ready-to-wear clothes segment development by designers and its availability to a wide target audience; the interculturality and globalization context in the fashionable clothes creation and presentation have been outlined in the fashion system in the period of the late 1940s–1960s. Designers have changed the function of a “live” model from a silent demonstrator with an unknown name to an expressive, meaningful personality who, with the help of professional photo shooting and fashion shows original techniques, became the “face” of a collection or a separate item of clothing. In such context, the personification of the item of clothing and the co-creation of the designer and the model must be considered as the communication means.

Ключові слова:

моделінг, модель, демонстратор одягу, система моди, комунікаційні засоби, персоніфікація, співтворчість, модний показ, фотозйомка.

Keywords:

modeling, model, clothing demonstrator, fashion system, means of communication, personification, co-creation, fashion show, photo shooting.

Вступ **1**

Представлення нових дизайнерських рішень засобами моделінгу стало потужним механізмом системи моди. Роль моделей-демонстраторів одягу у модних подіях є надзвичайно важливою: саме вони притягують захоплені погляди або викликають несприйняття, несуть у своїх образах об'єкти бажань – модний одяг, і сприяють його споживанню. У західній і американській культурі представлення fashion-інновацій, починаючи ще з кінця XIX ст., сформувався своєрідний культ моделей; ім'я дизайнера та його найзначніші зразки костюма часто асоціюється

з образами найвідоміших із них. Українська мода має свої характерні особливості розвитку: починаючи з 1997 р. на українському тижні моди Ukrainian Fashion Week досвідчені і молоді дизайнери два рази на рік представляють свої колекції, залучаючи професійних моделей. Значним внеском у розвиток моделінгу в Україні стало відкриття у 1999 р. першої і єдиної на сьогоднішній день кафедри модельного бізнесу в Київському національному університеті культури і мистецтв. Випускники кафедри представляють колекції дизайнерів в Україні і за кордоном як моделі, а також є успішними менеджерами модельного бізнесу. Незважаючи на значний досвід у розвитку справи моделінгу в Україні, дана складова системи моди не стала предметом окремого наукового дослідження. Необхідність систематизації напрацювань у практиках представлення дизайну одягу під час показів та у рекламних фотосесіях обумовлюють актуальність запропонованого дослідження.

Мета дослідження **2**

Метою дослідження є аналіз досвіду персоналізації та співтворчості дизайнера з моделлю-демонстратором одягу в контексті комунікації дизайнера з цільовою аудиторією. Завданнями дослідження є: висвітлити базові дефініції моделінгу як складової системи моди, проаналізувати тенденції та підходи зарубіжних та українських дизайнерів щодо вибору моделі, характеру співпраці та способу представлення нових моделей одягу.

Методологія та аналіз джерельної бази **3**

У дослідженні використано аналітичний, порівняльний, системний, історичний, хронологічний методи, що дозволили на прикладі співпраці модельєрів з демонстраторами одягу окреслити ступінь їхнього впливу на презентацію і споживання модного одягу та на формування естетичних ідеалів моди. Методи спостереження та узагальнення застосовані для визначення історичних та сучасних тенденцій розвитку моделінгу. З метою висвітлення аспекту співтворчості дизайнера і демонстратора одягу застосовано метод вибіркового аналізу та біографічний метод.

Джерельною базою для вивчення особливостей розвитку моделінгу послуговували фотоматеріали та друковані fashion-видання, що висвітлюють фрагменти показів та етапи підготовчої роботи дизайнерів і демонстраторів (К. Діора та А. Ільчун, І. Сен-Лорана з Верушкою (Вірою Готлібе Анни фон Лендорф) та К. Денев, Г. Шанель та М.-Е. Арно, О. Ясинської з Київським будинком моделей, ювелірного будинку SOVA з Н. Гоцій, М. Вороніна з В. Швецем та С. Чудовським, К. Сіріано і Н. Кравченко).

Сфера моделінгу не є широко дослідженою галуззю у науковій літературі. Специфіку роботи галузі висвітлено лише окремими публікаціями; здебільшого, інформаційне поле моделінгу

представлене нечисленними коуч-посібниками, фрагментарно у біографічних виданнях про дизайнерів та у періодичних fashion-виданнях.

Вивчаючи трансформації чоловічого костюма 1960-1970-х рр. в українській моді, І. Чуботіна (2020) присвячує окремі публікації професії манекенника в Україні радянського періоду і сучасності. Авторка подає аналіз типів чоловічої зовнішності, таких як активно-героїчний, жіночно-андроїнний, тип страдника, хлопчачо-юнацький, атлетичний, та стверджує думку щодо стереотипності упередженого ставлення суспільства до чоловічої естетики, що стосується не тільки моди, а й повсякденних життєвих практик (с. 62).

Формуванню організаційно-проектних засад реалізації концепції модельного бізнесу в Україні та вивченню історії модних показів у Європі присвячені праці Л. Дихнич (2016, 2017), організаційні та психологічні аспекти проектної діяльності в індустрії моди вивчали О. Костюченко і Л. Дихнич (2017). Модні покази як об'єкт дослідження цікавлять молодих науковців, зокрема, В. Кузнецова (2019) вивчає особливості презентації модного образу.

Наведений перелік праць містить певні ключові позиції розвитку моделінгу, однак дана галузь потребує систематизації історичного, методологічного, практичного підґрунтя щодо розвитку, зокрема в Україні, чим і обумовлена актуальність представленої публікації.

Результати дослідження **4**

Американська енциклопедія індустрії краси надає таке визначення категорії «модель»: це – людина, яка демонструє товари (зокрема модний одяг) з метою їх реклами або позує для фотографа. Моделями можуть бути жінки та чоловіки. До їхньої зовнішності, тіла та віку зазвичай пред'являються певні вимоги. Найбільш поширеними типами моделей є манекенниці, що демонструють одяг на показах колекцій, та фотомоделі, що позують для журналів, газет, рекламних постерів тощо (Willett, 2010). Керол К. Уївер в енциклопедії оксфордського університету визначає моделінг як практику відображення тенденцій у костюмах, красі та догляді за собою з використанням людських об'єктів або людської фігури; покази мод можуть відбуватися за допомогою живих моделей, у вигляді фотографій та їх розміщення на рекламних щитах і в журналах, у вигляді запису рекламних роликів або телевізійних програм (Weaver, n.d.).

У першій пол. XX ст. відбулося становлення моделінгу як невід'ємної складової системи моди завдяки французьким модельєрам Ч. Ф. Вурту та П. Пуаре, – вони залучили «живих» манекенниць до показів і перетворили їх на важливу подію у житті модного будинку (Дихнич, 2016), але при цьому імена манекенниць не висвітлювалися, вони виконували роль «живого» мов-

чазного демонстратора. Новим важливим етапом в історії моделінгу став період кінця 1940-х – 1960-ті рр., коли дизайнери демонструють досвід персоналізації костюма за допомогою моделі-демонстратора одягу та співтворчості з нею на різних етапах творчого циклу – від багатогодинної роботи і численних примірок до представлення «обличчя» колекції або навіть певної моделі сукні чи костюма.

Одним із новаторів презентації модного одягу у співтворчості з демонстраторкою є К. Діор. Біографи модельєра та історики моди, у т. ч. Емілі Боск, яка висвітлює значення моделей у його презентаціях, стверджують, що однією з його улюблених манекенниць, вічною музою і моделлю-талісманом протягом двадцяти років була Алла Ільчун (рис. 1). Вона мала нетипову зовнішність напівслов'янки-напівазіатки завдяки батькові-казаху: високі вилиці, «котячі» очі, підведені стрілками, хода з безпристрасним і відстороненим виглядом. Коли вона прийшла на заміну іншої моделі, дизайнер одразу ж найняв її саме через її талант притягувати увагу людей. Е. Боск зауважує: «Потрібно сказати, що успіх Dior наділяв його представників шляхетними характеристиками: тому дефіле стає почесною професією. До цієї нової респектабельності Крістіан Діор додав моделі ще більшу ауру. Він не лише робить своїх моделей менш суворими, дозволяє їм посміхатися, але й змушує їх грати справжню роль, залежно від його суконь» (Bosc, 2017). Авторка зазначає, що кутюр'є встановив дві категорії моделей і наводить вислів К. Діора: «Ви повинні розрізнити модель успіху і модель «натхнення». Звернення моделі успіху спрямовано назовні; вона цінує престиж моделі дуже високо. Натомість модель «натхнення» звернена всередину себе, і саме вона надає експресії, транслює рухи і силует з перших хвилин творення» (Bosc, 2017). Наведені висловлювання дають змогу зрозуміти, що видатний кутюр'є залучав два типи моделей: для демонстрації одягу перед публікою та для робочого опрацювання з першого етапу творчого процесу (рис. 2).

На період створення куртки-сафарі І. Сен-Лоран, за словами П. Берже, обурювався «несправедливістю» французької системи моди, яка надавала перевагу заможним жінкам, ігноруючи ціле покоління тих, що не могли дозволити собі кутюр. «Ів сформував нові стосунки між творцем моди і клієнтом», – сказав Берже, припускаючи, що мода більше не повинна бути «існуванням у вежі зі слонової кістки» для тих, хто залишився в «Рітці». З відкриттям бутика Rive Gauche Сен-Лоран кинув виклик світу високої моди і, знову цитуючи П. Берже, «став першим в історії кутюр'є з відомим ім'ям, який створив бутик, що продає готовий одяг» (Fraser-Cavassoni, 2015, p. 59). Для реклами бутика Rive Gauche у Лондоні у 1969 р. було зроблене фото, де Ів Сен-Лоран



Рис. 1. А. Ільчун демонструє коктейльну сукню К. Діора в його салоні. Париж, 1950-ті рр. (The Amazing Story, 2021).

Fig. 1. A. Ilchun demonstrates a cocktail dress by K. Dior in his salon. Paris, 1950s (The Amazing Story, 2021).



Рис. 2. К. Діор і його кравчиня підшивають сукню на А. Ільчун. Париж, 1957 р. (The Amazing Story, 2021).

Fig. 2. K. Dior and his seamstress hem a dress for A. Ilchun. Paris, 1957 (The Amazing Story, 2021).

стоїть поруч з двома моделями: Бетті Катру в його культовій куртці-сафарі та Лулу де ла Фалез у вбранні в богемному стилі.

У цей самий період була зроблена відома фотографія моделі Верушки (справжнє ім'я Віра Готлібе Анна фон Лендорф) фотографом Франко Рубартеллі для журналу *Vogue Paris*, на якій вона позує в куртці-сафарі І. Сен-Лорана, і яка стала однією з культових у світі моди і fashion-фотографії (Musée Yves Saint Laurent Paris, n.d.b).

Культовий статус куртки і фотографії закріпився значною мірою завдяки популярній моделі 1960-1970-х рр. – об'єкту захоплення багатьох фотографів, модельєрів і фешн-видань. Верушка втілювала в собі новий дух свободи і почуттєвості (рис. 3). Образ «дикої», «войовничої» героїні створено за допомогою великої кількості макіяжу з використанням графічного лайнера і колористики сафарі. За плечима – гвинтівка, до поясу прикріплений кинджал. Куртка пісочного кольору з глибоким вирізом і шнурівкою на груді має військове походження: перед тим, як вона стала жіночою версією для сафарі, подібну носили у британській армії і в Африканському корпусі, чим і надихався дизайнер. Куртка-сафарі виконана з бавовняного габардину і була зручною для спекотного літа,

до того ж, втілювала дух свободи і нову форму привабливості. Зйомки проходили в саванні Центральноафриканської республіки; про це свідчать висока, висушена сонцем трава, дерева на тлі неба на другому плані (Mermaid, 2018).

За образом привабливої моделі в нетиповому до цих пір середовищі – уособлення цілої епохи в еволюції звичаїв та емансипації жінок, коли вони здобувають усе більше прав, вільно висловлюються щодо гострих соціальних питань. З цією курткою модельєр запропонував особливий стиль, запозичений з правил чоловічого одягу, аби здійснити революцію в жіночій моді. До того ж, як зазначає П. Мермеїд, куртка має контекст глобалізації: фото виконане італійським фотографом в Центральноафриканській республіці на замовлення французького міжнародного видання *Vogue*, на ній позує німецька модель у куртці для сафари (біла жінка на африканській землі), представлена І. Сен-Лораном – дизайнером з Алжиру, який працює у Франції (Mermaid, 2018). Всі ці фактори свідчать про міжкультурний і глобалізаційний контекст моди.

Дуальність жіночої і чоловічої природи І. Сен-Лоран також розвиває в колекції «Осінь-зима – 1966» і представляє не менш історично значущу новацію – жіночий смокінг. Цей предмет гардероба захищав одяг від запаху сигар у кімнаті для паління і спочатку призначався тільки для чоловіків. Продуманим і точно розрахованим рекламним кроком І. Сен-Лорана щодо виведення смокінгу з подіуму у гардероби майже всіх жінок було залучення у якості моделі відомої французької актриси Катрін Денев (рис. 4). Однак смокінг модельєра не був точною копією чоловічого смокінга, в ньому наявні коди чоловічого крою, а форма була адаптована до жіночого тіла.

На сторінках офіційного сайту паризького музею модельєра, де висвітлюються етапи його творчості, зазначається: «Смокінг Сен-Лорана занадто випередив свій час і спочатку був відкинутий його клієнтами «від кутюр»; тільки один був проданий. Як це не парадоксально, версія *Saint Laurent rive gauche* мала успіх. Більш молода клієнтура лейбла швидко купила його, зробивши смокінг класикою. Сен-Лоран додавав його в кожну зі своїх колекцій до 2002 р.» (Musée Yves Saint Laurent Paris, n.d.a). На нашу думку, без персони Катрін Денев парадоксальний успіх брючного жіночого костюма у часи, коли брюки були забороненим одягом для жінок, міг не відбутися. Враховуючи те, що протягом п'ятдесяти років, до самої смерті дизайнера, їх пов'язували дружба і професійна співпраця, що протягом усього періоду від створення смокінгу дизайнер рекламував його саме з допомогою К. Денев, у результаті чого вона стала «обличчям» смокінгу, можна стверджувати, що її роль як моделі у просуванні цього предмету гардероба є надзвичайно вагомою.



Рис. 3. Верушка в куртці сафарі від Yves Saint Laurent. Франція, *Vogue*, July/August, 1968 (Musée Yves Saint Laurent Paris, n.d.b).

Fig. 3. Verushka in a safari jacket from Yves Saint Laurent. France, *Vogue*, July/August, 1968 (Musée Yves Saint Laurent Paris, n.d.b).

Рис. 4. К. Денев та І. Сен-Лоран на примірці «Le Smoking», 1966 (Neelabh, 2019).

Fig. 4. C. Deneuve and Y. Saint-Laurent at the fitting of "Le Smoking", 1966 (Neelabh, 2019).

Для показів колекцій із твідовими костюмами, які відбувалися після 1954 р. у виставковому залі на вул. Камбон, 31 у Парижі, Г. Шанель запросила кіноактрису Марі-Елен Арно (рис. 5). Як стверджує С. Бронвін, Г. Шанель вирішила використовувати «особистості», жінок «з грудьми і стегнами», тобто зі справжніми формами; вони мають бути елегантними, а не анонімними моделями, яких вона використовувала до війни, і функція яких полягала у привертанні уваги до одягу, а не до них самих (Bronwyn, 2012, р. 129) (рис. 6). Ще один дослідник творчості дизайнерки Марсель Едріх зазначає, що вона слідувала такому принципу: «Так само, як годинник показує час, модель повинна «розповідати сукню» (Haedrich, 1972, р. 195).

М.-Е. Арно протягом десяти років працювала в будинку Г. Шанель. Біографи відомої дизайнерки пишуть, що вона була її знаковою, улюбленою моделлю, музою; у той же час М.-Е. Арно, маючи, окрім акторської, другу кар'єру – моделі, наслідувала манери Шанель як у повсякденному житті (наприклад, тримати цигарку і пов'язувати шарф), так і на подіумі та фотосесіях, – фірмовою поставою Шанель з однією ногою перед іншою, пласким животом, з владно піднятою головою

(підборіддям догори) і однією рукою в кишені спідниці. Майже через сорок років Карл Лагерфельд, ставши креативним дизайнером модного дому з 1983 р., інструктував супермодель Лінду Євангелісту копіювати «легендарні» пози М.-Е. Арно під час показу весняної колекції Chanel 1992 р. на вулиці Камбон. Це доводить надзвичайно важливу роль особистості моделі в житті модного будинку.



Рис. 5. Г. Шанель з манекенницею Марі-Елен Арно. Париж, 1959 (Katia Lexx, 2013).

Fig. 5. G. Chanel with model Marie-Hélène Arnaud. Paris, 1959 (Katia Lexx, 2013).

Рис. 6. Г. Шанель працює в своєму паризькому ательє, 1962 (Andreasson, 2015).

Fig. 6. G. Chanel works in her Paris atelier, 1962. (Andreasson, 2015).

Розвиток моделінгу в Україні найбільшою мірою пов'язаний з відкриттям Республіканського будинку моделей трикотажних виробів у 1944 р., подальшим розвитком цієї структури і появою вітчизняних фешн-видань. Так само у 1944 р. було засновано Київський будинок моделей одягу. На той час з'явилися регулярні покази моделей одягу. Наприклад, проводились вони у київському ЦУМі і були відкриті для всіх. Фрагмент показу кінця 1950-х рр. у Республіканському будинку моделей трикотажних виробів бачимо на рис. 7.

З розвитком української моди модельєри почали індивідуально співпрацювати з демонстраторами одягу. Змістовним і плідним є досвід Михайла Вороніна. Стосовно підходу у підготовці показів та вимог до моделей він цінував нейтральність і непомітність моделі, а для демонстрації чоловічого одягу – моделі з неатлетичною будовою тіла. В показах М. Вороніна відстежується і інший підхід – коли він залучав медійних особистостей, у т. ч. відомого італійського співака Алессандро Софіна.

Одним із постійних демонстраторів модельєра, «обличчям» його компанії був український актор, режисер і оператор Віктор Швець. Модельну кар'єру він розпочав у 1970-х рр., демонструючи моделі костюмів та комплектів для другої половини дня.



Рис. 7. Демонстрація мод у Київському будинку моделей одягу. Кінець 1950-х рр. (Вітолін, 2022).

Fig. 7. Fashion demonstration at the Kyiv House of Fashion Models. The end of the 1950s. (Vitolin, 2022).

Поєднання досвіду в кінематографі та демонстрації одягу сприяло плідній співтворчості з М. Вороніним.

Однією з провідних українських моделей-демонстраторок жіночого одягу є Олена Ясинська. Її кар'єра розпочалася у 1970-х рр. у Республіканському будинку моделей трикотажних виробів (пізніше перейменованим на Будинок моделей «Хрещатик») (рис.8). Це був період активного розвитку швейно-виробничої галузі та моделювання одягу в Україні. Шкіл або курсів з підготовки моделей-демонстраторів та вищих навчальних закладів з підготовки менеджерів модельного бізнесу в країні на той час не було. В інтерв'ю для даної публікації О. Ясинська розповідає: «Демонстратори одягу будинку моделей працювали у відділі реклами і пропаганди моди. Вони самі дбали про свій зовнішній вигляд, власноруч робили зачіску і макіяж, самостійно розробляли схеми руху на подіумі. Лише наприкінці 1970-х, коли розпочалися перші виїзди закордон на виставки і покази моди, творча команда побачила, скільки фахівців beauty- та fashion-індустрії супроводжують вихід моделей на подіум: перукарі, стилісти-візажисти, режисери-постановники» (О. Ясинська, особисте спілкування, січень 2023 р.). О. Ясинська (особисте спілкування, січень 2023 р.) підсумовує, що, сприйнявши цей досвід, у Київському будинку моделей почали вдосконалювати справу презентації одягу». Сьогодні О. Ясинська – діюча модель, Заслужений діяч мистецтв України, співпрацює з українськими та зарубіжними компаніями-виробниками одягу (рис. 9), і, крім усього іншого, викладає базові дисципліни студентам Київського національного університету культури і мистецтв – майбутнім менеджерам модельного бізнесу.

Для українського ювелірного будинку SOVA важливо, щоб його виробниці представляла жінка, яка є натхненником для українок. Для рекламної фотосесії колекції прикрас «Muse» 2018 р. у якості «моделі-обличчя» колекції було запрошено Наталію



Рис. 8. О. Ясинська демонструє трикотажний комплект в спортивному стилі авторства Т. Мішиної (Краса і мода, 1983).

Fig. 8. O. Yasynska demonstrates a knitted set in a sports style authored by T. Mishina (Krasa i moda, 1983).

Рис. 9. О. Ясинська демонструє одяг сезону осінь-зима для каталогу мережі українських магазинів компанії One Group. Київ, 2016. Фото з власного архіву О. Ясинської.

Fig. 9. O. Yasynska demonstrates clothes of the autumn-winter season for the catalog of the chain of Ukrainian stores of the company One Group. Kyiv, 2016. Photo from O. Yasynska's own archive.

Гоцїй: вона є музою не лише українських дизайнерів, а й світових видань, фотографів і, головне, – численній аудиторії жінок в Україні та в інших країнах світу. Н. Гоцїй зробила успішну міжнародну кар'єру; в її портфоліо – зйомки для Vogue, італійського Marie Claire, Numero, Fashion Magazine, Elle та інших журналів. Наталія стала обличчям ароматів Baby Doll від Yves Saint Laurent та «212» від Carolina Herrera, дефілювала на показах у Valentino, Yves Saint Laurent, Christian Lacroix, Diane von Furstenberg, Dior, Dolce & Gabbana, Gucci, Oscar de la Renta, Vivienne Westwood, Marc Jacobs, Armani та інших лідерів fashion-індустрії.

У зйомці для нової колекції напередодні нового року команда SOVA відтворила ностальгійну атмосферу 1970-х. Саме в цьому десятилітті мода перестала орієнтуватися на встановлені стандарти, що перетворило одяг на інструмент самовираження, яким він залишається й досі. Наталя приміряла образи, що перебувають на межі богемного шику і ретро-класики 1970-х, а основним акцентом образів стали прикраси з нової колекції (рис. 10). Комунікаційним меседжем будинку SOVA є представлення богемної атмосфери та її атрибутів, завдяки яким навіть щоденний образ має набути святкових рис.

Менш численний чоловічий склад українського моделінгу понад 30 років успішно представляє володар премії «Чорна перлина» 1995 і 1997 рр. як краща чоловіча модель України, fashion-режисер і постановник показів моди, продюсер багатьох конкурсів та модельної агенції «Sonсе» – Сергій Чудовський. Завдяки роботі моделлю він пізнав специфіку моди зсередини і має досвід як режисера і постановника показів, так і представлення одягу на подіумі (рис. 11). С. Чудовський працював з модельєром з 1989 до 2012 рр. Він, як і В. Швець,



Рис. 10. Н. Гоцій – «обличчя» колекції прикрас ювелірного будинку SOVA, 2018 (Как найти вдохновение, 2020).

Fig. 10. N. Gotsy – the «face» of the jewelry collection of the SOVA jewelry house, 2018 (Kak naiti vdokhnovenie, 2020).

Рис. 11. С. Чудовський демонструє піджак Voronin, модель «Лорд», 2016. Фото з рекламної фотосесії концерну Voronin 2016 р. (Voronin, 2016).

Fig. 11. S. Chudovsky demonstrates a Voronin jacket, «Lord» model, 2016 (Voronin, 2016).

у показах і фотообразах колекцій М. Вороніна уособлює статусність і респектабельність.

На Тижнях моди останніх років у Нью-Йорку свій бренд представляє американський дизайнер Крістіан Сіріано. Серед моделей на подіумі – українка, представниця молодого покоління – Ірина Кравченко (рис. 13). Її історія в модному бізнесі почалася зі знайомства з директором міжнародного відділу української агенції L-Models Стасом Янкелевським. Ірині було 23 роки, вона здобула вищу освіту за спеціальністю «графічний дизайн». Початком кар'єри були 10 показів у рамках Ukrainian Fashion Week, а через місяць прийшло запрошення від агенції Ford Models з Нью-Йорка. Зйомки для Vogue, Interview Magazine, V Magazine, SSWA Magazine, участь у показах Louis Vuitton, Marc Jacobs, Valentino, Alexander Wang складають перелік досягнень моделі. В робочому графіку І. Кравченко переважає зайнятість у США, утім, зйомки в Україні, українська історія і культура мають для неї надзвичайно важливе значення (рис. 12).

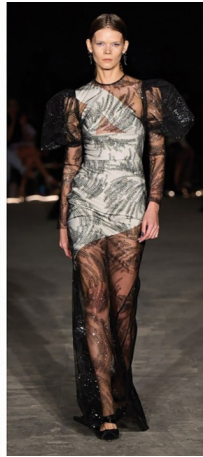


Рис. 12. І. Кравченко – «обличчя» Ukrainian Fashion Week 2016. (Новікова, 2018).

Fig. 12. I. Kravchenko is the «face» of Ukrainian Fashion Week 2016. (Novikova, 2018).

Рис. 13. І. Кравченко для Christian Siriano. Осінь 2022 (Fior, n.d.).

Fig. 13. I. Kravchenko for Christian Siriano. Fall 2022 (Fior, n.d.).

**Наукова
новизна та
практична
значимість
дослідження**

5

Отже, проаналізувавши підходи і комунікаційні меседжі, які транслювали дизайнери за допомогою моделей, починаючи з кінця 1940-х рр., можна стверджувати, що завдяки виразній особистості демонстраторів відбувалася персоніфікація костюма: за представленим предметом одягу міцно закріплювалася асоціація з особистістю демонстратора одягу. Як поняття маркетингу, персоніфікація означає стійку орієнтацію на персону, що допомагає споживачам краще запам'ятати бренд або встановити з ними особистий, персоніфікований контакт, здійснювати безпосередній цільовий вплив (Божкова & Тимохіна, 2013). У даному дослідженні проаналізовано особливості персоніфікації предметів одягу, колекцій брендів, прикрас за допомогою особистості моделі (манекенниці або демонстратора, актриси або актора, медійної особи).

Висновки

6

У розвитку системи моди в сучасних умовах вирішальне значення має її складова – моделінг, яка надає можливості презентації нових розробок дизайнерів широкій аудиторії. Успішність представлення та подальшого споживання модної продукції залежить від вдало обраних комунікаційних засобів, що забезпечать трансляцію характеристик модного одягу через демонстратора.

За результатами проаналізованого досвіду роботи зарубіжних і українських дизайнерів з демонстраторами одягу можна констатувати, що у період кінця 1940-1960-х рр. у системі моди окреслилися такі тенденції, як розробка дизайнерами сегменту готового одягу та його доступність широкій цільовій аудиторії; міжкультурність та глобалізаційний контекст у створенні та представленні модного одягу.

Розширення поля впливу системи моди потребувало нових комунікаційних засобів між дизайнером і споживачем:

дизайнери змінюють функцію «живої» моделі від мовчазного демонстратора з невідомим ім'ям на виразну, змістовну особистість, яка за допомогою оригінальних прийомів професійної фотозйомки та показів моди стає «обличчям» колекції або окремого предмету одягу. У такий спосіб комунікаційними засобами є персоніфікація предмету одягу та співтворчість дизайнера і моделі.

Проведене дослідження не вичерпує повною мірою проблематику комунікаційних засобів моделінґу; у подальших працях увагу буде зосереджено на типологічних особливостях даної галузі в контексті комунікації.

Список бібліографічних посилань

- Божкова, В. В., & Тимохіна, Я. О. (2013). Теоретичні підходи до класифікації інструментів маркетингових комунікацій. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*, 2(39), 1, 31–37.
- Вітолін, О. (2022, 5 липня). *Київ після нацистів: мода, дефіцит, городи*. Вікенд. <https://weekend.today/gorod/kyiv-pislya-nacystiv-moda-deficzyt-gorody.htm>
- Дихнич, Л. П. (2016). Театральні костюми Поля Пуаре: синтез моди і сценічно-декораційного мистецтва. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Мистецтвознавство*, 22, 54–59.
- Дихнич, Л. П. (2017). До історії модних показів в Європі на рубежі XIX–XX століть. *Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство*, 1, 24–28.
- Как найти вдохновение? Новая коллекция украшений MUSE от ювелирного дома SOVA. (2020, 5 декабря). *Ukrainian Fashion*. <https://ukrainian.fashion/kak-najti-vдохновение-novaya-kollekciya-ukrashenij-muse-ot-yuvelirnogo-doma-sova/>
- Костюченко, О. В., & Дихнич, Л. П. (2017). *Проектна діяльність в індустрії моди: організаційні та психологічні аспекти*. Ліра-К.
- Краса і мода. Літо' 83*. (1983).
- Кузнецова, В. О. (2019). Сучасні дефіле в Україні як презентація модного образу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Мистецтвознавство*, 32, 179–186.
- Новікова, К. (2018, 20 червня). *Супермодель по-українски: как проходят модельные будни Ирины Кравченко*. Букви. <https://bykvu.com/ua/mysli/93729-supermodel-po-ukrainski-kak-prokhodyat-modelnye-budni-iriny-kravchenko/>
- Чуботіна, І. (2020). Професія манекенника в Україні: радянський період і сучасність. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 34(5), 61–69. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/34-5-10>
- Andreasson, K. (2015, January 8). Douglas Kirkland's best photograph: Coco Chanel at work in Paris, 1962. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/jan/08/douglas-kirkland-best-photograph-coco-chanel-paris-1962>
- Bosc, E. (2017, October 19). Qui étaient les muses de Christian Dior? *L'Officiel*. <https://www.lofficiel.com/fashion/qui-etaient-les-muses-de-christian-dior>
- Bronwyn, C. (2012). *Vogue on Coco Chanel*. Quadrille Publishing.
- Fior, F. (n.d.). *Christian Siriano Fall 2022 Ready-to-Wear* [Photo]. *Vogue Runway*. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/christian-siriano/slideshow/collection#54>
- Fraser-Cavassoni, N. (2015). *Vogue on Yves Saint Laurent*. Quadrille Publishing.
- Haedrich, M. (1972). *Coco Chanel, her life, her secrets* (2nd ed.). Little Brown and Co.
- Katia Lexx [@katialexx]. (2013, 24 апреля). *Неспящие в Торонто. Коко Шанель, Шанель, Фотографии*. *Live Journal*. katia-lexx.livejournal.com

- Mermaid, L. (2018, September 6). *Anatomie d'une icône: la saharienne YSL portée par Veruschka*. Glowbal Fashion. <https://glowbalfashion.fr/2018/09/06/icone-saharienne-ysl-veruschka/>
- Musée Yves Saint Laurent Paris. (n.d.a). 1966. *First Tuxedo*. Retrieved January 3, 2023, from <https://museeyslparis.com/en/biography/premier-smoking>
- Musée Yves Saint Laurent Paris. (n.d.b). 1968. *First Safari Jacket*. Retrieved January 3, 2023, from <https://museeyslparis.com/en/biography/premiere-saharienne-pe>
- Neelabh. (2019, January 31). *The 'beautiful love affair' between Catherine Deneuve and YSL*. <https://needull.com/2019/01/31/the-beautiful-love-affair-between-catherine-deneuve-and-ysl/>
- The Amazing Story of Alla Ilchun, the Kazakh Muse of Christian Dior*. (2021, July 13). Vintage Everyday. https://www.vintag.es/2021/07/13/alla-ilchun.html#google_vignette
- Weaver, K. K. (n.d.). Modelling, Fashion. In *Encyclopedia.com*. Retrieved January 3, 2023, from <https://www.encyclopedia.com/medicine/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/modelling-fashion>
- Willett, J. (Ed.). (2010). *The American beauty industry encyclopedia*. Greenwood.

References

- Andreasson, K. (2015, January 8). Douglas Kirkland's best photograph: Coco Chanel at work in Paris, 1962. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/jan/08/douglas-kirkland-best-photograph-coco-chanel-paris-1962> [in English].
- Bosc, E. (2017, October 19). Qui étaient les muses de Christian Dior? [Who were Christian Dior's muses?]. *L'Officiel*. <https://www.lofficiel.com/fashion/qui-etaient-les-muses-de-christian-dior> [in French].
- Bozhkova, V. V., & Tymokhina, Ya. O. (2013). Teoretychni pidkhody do klasyfikatsii instrumentiv marketynhovykh komunikatsii [Theoretical approaches to the classification of marketing communication tools]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics*, 2(39), 1, 31–37 [in Ukrainian].
- Bronwyn, C. (2012). *Vogue on Coco Chanel*. Quadrille Publishing [in English].
- Chubotina, I. (2020). Profesiia manekennyka v Ukraini: Radianskyi period i suchasnist [Profession of male-mannequin in Ukraine: The Soviet period and the present days]. *Humanities Science Current Issues*, 34(5), 61–69. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/34-5-10> [in Ukrainian].
- Dykhnych, L. P. (2016). Teatralni kostiumy Polia Puare: Syntez mody i stsenichno-dekoratsiinoho mystetstva [Paul Poiret's theatrical costumes: Synthesis of fashion and theatrical and decorative arts]. *Ukrainian Culture: Past, Modern and Ways of Development. Art Criticism*, 22, 54–59 [in Ukrainian].
- Dykhnych, L. P. (2017). Do istorii modnykh pokaziv v Yevropi na rubezhi XIX– XX stolit [The history of fashion shows in Europe at the turn of XIX–XX centuries]. *International Journal: Culturology. Philology. Musicology*, 1, 24–28 [in Ukrainian].
- Fior, F. (n.d.). *Christian Siriano Fall 2022 Ready-to-Wear* [Photo]. Vogue Runway. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/christian-siriano/slideshow/collection#54> [in English].
- Fraser-Cavassoni, N. (2015). *Vogue on Yves Saint Laurent*. Quadrille Publishing [in English].
- Haedrich, M. (1972). *Coco Chanel, her life, her secrets* (2nd ed.). Little Brown and Co [in English].
- Kak naiti vdokhnovenie? Novaya kolleksiya ukrashenii MUSE ot yuvelirnogo doma SOVA* [How to find inspiration? A new collection of MUSE jewelry from SOVA jewelry house]. (2020, December 5). Ukrainian Fashion. <https://ukrainian.fashion/kak-najti-vdoxnovenie-novaya-kollekciya-ukrashenij-muse-ot-yuvelirnogo-doma-sova/> [in Russian].
- Katia Lexx [@katialexx]. (2013, April 24). *Nespyashchie v Toronto. Koko Shanel', Shanel', Fotografii* [Sleepless in Toronto. Coco Chanel, Chanel, Photos]. Live Journal. katia-lexx.livejournal.com [in Russian].

- Kostiuchenko, O. V., & Dykhnych, L. P. (2017). *Proektna diialnist v industrii mody: Orhanizatsiina ta psykholohichni aspekty* [Design activity in the fashion industry: Organizational and psychological aspects]. Lira-K [in Ukrainian].
- Krasa i moda. Lito' 83* [Beauty and fashion. Summer' 83]. (1983). [in Ukrainian].
- Kuznietsova, V. O. (2019). Suchasni defile v Ukraini yak prezentatsiia modnoho obrazu [Modern defiles in Ukraine as a fashion image representation]. *Ukrainian Culture: Past, Modern and Ways of Development. Art Criticism*, 32, 179–186 [in Ukrainian].
- Mermaid, L. (2018, September 6). *Anatomie d'une icône: la saharienne YSL portée par Veruschka* [Anatomy of an icon: The YSL safari jacket worn by Veruschka]. Glowbal Fashion. <https://glowbalfashion.fr/2018/09/06/icone-saharienne-ysl-veruschka/> [in French].
- Musée Yves Saint Laurent Paris. (n.d.a). 1966. *First Tuxedo*. Retrieved January 3, 2023, from <https://museeyslparis.com/en/biography/premier-smoking> [in English].
- Musée Yves Saint Laurent Paris. (n.d.b). 1968. *First Safari Jacket*. Retrieved January 3, 2023, from <https://museeyslparis.com/en/biography/premiere-saharienne-pe> [in English].
- Neelabh. (2019, January 31). *The 'beautiful love affair' between Catherine Deneuve and YSL*. <https://needull.com/2019/01/31/the-beautiful-love-affair-between-catherine-deneuve-and-ysl/> [in English].
- Novikova, K. (2018, June 20). *Supermodel' po-ukrainski: Kak prokhodyat model'nye budni Iriny Kravchenko* [Ukrainian supermodel: How Irina Kravchenko's modeling days go]. Bukvi. <https://bykvu.com/ua/mysli/93729-supermodel-po-ukrainski-kak-prokhodyat-modelnye-budni-iriny-kravchenko/> [in Russian].
- The Amazing Story of Alla Ilchun, the Kazakh Muse of Christian Dior*. (2021, July 13). Vintage Everyday. https://www.vintag.es/2021/07/alla-ilchun.html#google_vignette [in English].
- Vitolin, O. (2022, July 5). *Kyiv pislia natsystiv: Moda, defitsyt, horody* [Kyiv after the Nazis: Fashion, scarcity, gardens]. Weekend. <https://weekend.today/gorod/kyiv-pislya-naczystiv-moda-deficyt-gorody.htm> [in Ukrainian].
- Weaver, K. K. (n.d.). Modelling, Fashion. In *Encyclopedia.com*. Retrieved January 3, 2023, from <https://www.encyclopedia.com/medicine/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/modelling-fashion> [in English].
- Willett, J. (Ed.). (2010). *The American beauty industry encyclopedia*. Greenwood [in English].