

ВІНТАЖ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНОЇ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Н. В. Чупріна

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. Ретро-мотиви, зокрема використання вінтажних речей і елементів костюма, сьогодні є надмодною тенденцією. Йдеться, в першу чергу, про асиміляцію дійсно старовинних предметів і елементів одягу в сучасні комплекси костюма. Навряд можна проводити аналогії між стилем ретро і модою на вінтаж. Останню прийнято вважати лише одним з напрямів ретро-моди. Сьогодні вплив вінтажних мотивів на сучасні модні тенденції особливо значні, оскільки вся сучасна мода так чи інакше використовує елементи ретро. Аналіз діяльності провідних Будинків моди і дизайнерських фірм дозволяє констатувати, що за останні 10 - 15 років ними не створено кардинально нових варіантів крою, нових ліній чи силуетів. Проте, завдання дизайнерів сучасної індустрії моди полягають не тільки в тому, щоб стилістично грамотно використовувати вінтажні предмети і деталі костюма, але і ґрунтуючись на їх беззастережних перевагах, розвивати перспективні модні тенденції і сприяти розвитку індустрії моди і розширенню ринку модного одягу.

Ключові слова: індустрія моди, ретро, вінтаж, модні тенденції, ринок модного одягу

Аннотация. Ретро-мотивы, в частности использование винтажных вещей и элементов костюма, сегодня является сверхмодной тенденцией. Речь идет, в первую очередь, об ассимиляции действительно старинных предметов и элементов одежды в современные комплексы костюма. Вряд ли можно проводить аналогии между стилем ретро и модой на винтаж. Последнюю принято считать лишь одним из направлений ретро-моды. Сегодня влияние винтажных мотивов на современные модные тенденции особенно значительно, поскольку вся современная мода так или иначе использует элементы ретро. Анализ деятельности ведущих Домов моды и дизайнерских фирм позволяет констатировать, что за последние 10 - 15 лет ими не созданы кардинально новые варианты кроя, новых линий или силуэтов. Однако, задания дизайнеров современной индустрии моды заключаются не только в том, чтобы стилистически грамотно использовать винтажные предметы и детали костюма, но и основываясь на их безоговорочных преимуществах, развивать перспективные модные тенденции и содействовать развитию индустрии моды и расширению рынка модной одежды.

Ключевые слова: индустрия моды, ретро, винтаж, модные тенденции, рынок модной одежды

Annotation. Retro-motives, in particular the use of vintage things and elements of suit, today is a an actual tendency. The question is, above all things, about assimilation indeed age-old objects and elements of clothes in the modern complexes of suit. It is scarcely possible to draw analogies between retro-style and vintage-fashion. The last is accepted to consider only one of directions retro-fashion. Today influencing vintage motives on modern fashionable tendencies especially considerably, as all modern fashion in any case uses elements of retro-fashion. The analysis of activity of leading Houses of fashion and designers firms allows to establish, that for the last 10 - 15 years they had not created the cardinally new variants of cutting out, new lines or silhouettes. However, the tasks of designers of modern fashion industry consist not only in stylistically correctly using the vintage objects and details of suit, but also based on their unreserved advantages, to develop perspective fashionable tendencies and assist to development of fashion industry and expansion of market of fashionable clothes.

Keywords: industry of fashion, retro, vintage, fashionable tendencies, marketk of fashionable clothes

Загальновідомо, що мода на використання досягнень минулого виникла давно. Особливе це стосується моди на ті речі і предмети, на які час від часу мода повертається. Зокрема, йдеться про костюм - одяг і доповнення до нього. Інтерес до старих речей і предметів одягу існує одвіку, проте раніше, в контексті костюма не використовували термін «вінтаж». До слова, ще в XVIII-ому столітті був попит на предмети одягу сторічної давності. Особливо ця тенденція розповсюдилася в XIX-ому столітті, коли всі поперемінно пануючі стилістичні рішення і модні стандарти в костюмі ґрунтувалися на адаптації модних тенденцій минулого: ампір реінкарнував костюм античності, романтизм ґрунтувався на мотивах Середньовіччя і Відродження, а друге рококо сприймалося як продовження першого рококо і.т.д.

Дана тенденція, хоч і не так очевидно, перейшла і в XX-е століття. В період 1930-х років, напередодні Другої світової війни, наприклад, жінки Великобританії цілком занурилися в костюм Вікторіанської епохи (в історії моди він одержав назву неовікторіанського). У моді активно використовувалися аксесуари того часу - головні убори, шкіргалантерейні вироби та інші старовинні речі, які зараз прийнято називати «вінтажними».

Наступна хвиля активного впровадження вінтажних мотивів в модні тенденції ХХ-го століття прокаталася в епоху хіппі, увібравши в себе стилістичні рішення костюма 1920-х (так зване ар-нуво), 1930-х і частково 1940-х років. Так, зокрема мода на взуття на платформі, надзвичайно популярне в 1970-х роках, прийшла саме як вінтажний елемент з 1940-х.

Слово «вінтаж» за останні десятиліття міцно увійшло до лексики прихильників моди. Проте значення його залишається достатньо розмитим, дозволяючи кожному вносити свої правки і доповнення в цю нову «словарну статтю». Очевидно, що вінтаж має на увазі щось більше, ніж просто речі, розташовані на хронологічній і ціннісній шкалі приблизно посередині між антикваріатом і секонд-хендом. Епітет «вінтажний» в застосуванні до предмету одягу або аксесуарів функціонує як ярлик, який повідомляє: «це модно». Дефініції в інтернет-довідниках підкреслюють, що до вінтажу може бути віднесена не будь-яка річ з минулого, а лише та, в якій одержав яскравий вираз певний стиль, - тобто одночасно оригінальна і пізнавана. Таким чином, інтерес до вінтажних предметів, з одного боку, є способом вибудовування відносин з історією моди, з іншої - належить до числа практик, направлених на створення власного неповторного вигляду.

Впродовж останніх десятиліть мода як цілісне універсальне явище виходить за межі будь-якого окремого виду людської діяльності, тому її вивчення вимагає комплексного міждисциплінарного підходу, що обумовлює необхідність використання широкого діапазону наук - від історії і теорії культури, естетики, соціології, психології, етнографії до економіки і семіотики.

Актуальність теми полягає в розкритті суті передумов формування вінтажної моди. Історія наповнена цитатами і повторами. А особливо - історія моди. Улюблена тема сучасних дизайнерів і модельєрів одягу - «костюм з історією», цитати минулого. Джерелом натхнення при цьому служить не тільки власне одяг, але і фотографія, кінематограф, зірки кіно і естради, політики, знамениті

художники-модельєри, гучні винаходи та ін. - в цілому художня і технічна культура. Створення нового завжди спирається на попередній досвід, тобто нове - це переосмислення і вдосконалення старого.

У такому контексті дизайн одягу - це аналіз і синтез минулого досвіду, переосмислення, сплав традицій і нових функцій. Одяг для дизайнера - це відображення культури, мистецтва епохи і миті, відображення величезного шара знань, переживань, емоцій, психологічних станів людини, для якої проектується річ, і самого дизайнера. Інструмент дизайну, в першу чергу, - це функція, стиль, мода, естетика, сприйняття та ін.

Як відомо, мода, в сучасних умовах розвитку суспільства споживання, все активніше впливає не тільки на характер соціо-культурного розвитку, але і стає одним з основних соціальних регуляторів поведінки широких верств суспільства, як в індустріально розвинених державах, так і в тих, які прагнуть стати такими.

Аналіз різносторонніх досліджень і численних публікацій в даній сфері свідчить про зростаючий інтерес, як на професійному, так і на споживацькому рівні сприйняття, до модних тенденцій у використанні вінтажних мотивів, та їх реалізації в колекціях провідних Будинків моди і дизайнерських фірм.

Таким чином, ретро-мотиви, зокрема використання вінтажних речей і елементів костюма сьогодні є надмодною тенденцією. Крім того, в нових колекціях дизайнерів всього світу однозначно відчувається повернення до моди минулих років - від 1940-х до 1980-х, яка сьогодні сама собою сприймається як вінтаж. Проте, йдеться, в першу чергу, про асиміляцію дійсно старовинних предметів і елементів одягу в сучасні комплекси костюма. Навряд можна проводити аналогії між стилем ретро і модою на вінтаж. Останню прийнято вважати лише одним з напрямів ретро-моди.

Представники модної богеми знаходяться в постійному пошуку аксесуарів до костюма зразка першої половини ХХ століття (а краще і другої половини ХІХ). Серед зірок кіно, подіуму, світських хронік все сильніше виявляється тенденція

появи на різних церемоніях в нарядах відомих Будинків високої моди середини ХХ століття. Ці і подібні прояви, як прийнято говорити, потрапляють в категорію «вінтаж». Проте, чіткого і повного визначення цього явища дотепер не існує, оскільки воно ще не сформувалося остаточно.

Як відомо, поняття «вінтаж» (vintage) індустрією моди було запозичене з термінології винарів. У сучасній моді до вінтажу відносять всі предмети і елементи одягу і аксесуарів, виконані 40-80 років тому - у середині минулого, ХХ, століття, але які є актуальними в контексті сучасних модних тенденцій. За аналогією з виноробством, чим старші вінтажні предмети та елементи одягу, тим вище вони цінуються в сучасному модному співтоваристві. Це підтверджується навіть тим, що пошкодження на таких речах вважаються не недоліками, а перевагами, і тому ретельно підкреслюються.

Таким чином, слід зазначити, що вінтаж виділився в самостійний напрям в сучасному просторі моди. Одна вінтажна річ або аксесуар у всьому наряді цінується вище, ніж наряди з останніх колекцій відомих дизайнерів. При цьому, найбільш стильним буде виглядати вбрання, зібране з предметів і деталей костюма, створених різними дизайнерами, з обов'язковим використанням елементів vintage.

Сьогодні вплив вінтажних мотивів на сучасні модні тенденції особливо значні, оскільки вся сучасна мода так чи інакше використовує елементи ретро (про що було сказано на початку). Аналіз діяльності провідних Будинків моди і дизайнерських фірм дозволяє констатувати, що за останні 10 - 15 років ними не створено кардинально нових варіантів крою, нових ліній чи силуетів. Проте, завдання дизайнерів сучасної індустрії моди полягають не тільки в тому, щоб стилістично грамотно використовувати вінтажні предмети і деталі костюма, але і ґрунтуючись на їх беззастережних перевагах, розвивати перспективні модні тенденції і сприяти розвитку індустрії моди і розширенню ринку модного одягу.