

УДК 7.012: 687.1

AKINDE T. E.

Ladoke Akintola University of Technology, Ogbomosho, Nigeria

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.1.

MORPHOLOGY AND SIGNIFICATION OF GELE EPHEMERAL ART

The purpose of this study is to identify selected contemporary gele morphologies, establishing their signification(s) in line with Yoruba world views. Gele is an ephemeral artistic piece with representation in anything and everything that constitute feminine head covering, hitherto adorned by the Yoruba on casual and non-casual costume. The art, though with apparent scholastic dearth; its contemporaneous growth and intoxicating morphologies in modern fashion, has made this attempt on its signification germane and expedient.

Methodology. Combines field investigative approach with bibliographical method. Thirteen (13) gele practitioners were consulted, their social media handles verified and consent sought on post photographs usage. The photographic pieces were subsequently subjected to literary analyses from the Yoruba view points.

Results. Morphologically, revealed six categorizations of manual gele; establishing fragility, truth, authority and treasure significations for zoomorphic (butterfly), anthropo-artificial (hand-fan) and flora (leave and rose) subjects respectively.

The scientific novelty. Attests gele feminine domiciliation, practice uni-sexuality and technique fundamentality in manual or auto. It further attests hobbyists benevolence and professional capitalism; recognising gele as a major player in Yoruba ephemeral art, worthy of promotion in consonant with sustainable development goals.

Practical significance. This study is a clarion call on artists and patrons alike on the need to be alive to gele significations as in its morphologies. Consequently, recommends concrete postulation of gele art to fossilized art by sculptors and ceramicists alike.

Keywords: Yoruba civility; Gele; Art ephemeral; Morphology; Signification; Aso-Ofi.

Introduction. Gele art is an ever evolving feministic practice with masterful pieces of momentary or temporal enjoyment, classified as ephemeral art. This art is apparently evident in practices of remote, immediate and emerging civilizations of the Yoruba race [1]. The Yoruba are the autochthons of Southwestern Nigeria, with presence in Lagos, Ogun, Oyo, Osun, Ondo and Ekiti States [2–5], with traces in Kogi and Kwara States [6–8]. They are Nigeria's most populous single ethnic group, numbering about forty-nine million people [9]. Her land mass is estimated at 181,300 square kilometer; located between latitude 6° and 9° north and longitudes 2° 30' and 6° 30' east [10, 11].

Territorially, she shares border with Borgurawa and Nupe to the north; Igala on the east; Dahomey to the west; Benin kingdom on the east and Bright of Benin to the south [2, 12]. Yoruba people are by no small measure blessed with verdant topography and good vegetations [2, 4, 13]. The people equally exhibits high

proWess in creative vocations, which include metal casting (bronze and brass), goldsmithing (gold), bead making (sand), carving (wood and stone) and pot making (clay) or pottery [14–17].

Wood carvings on posts primal the art, bronze casting was next in line; exemplified with eight naturalistic heads, excavated by Leo Frobenius at Ife in 1910 [18–21]. A development that gave credence to Yoruba reckons in the global committee of civilized cultures, significantly as Africa's most extensive arts producer [19, 22]. Later contact with and cross examination of the Baule art led to a review of the earlier submission on the primacy of Yoruba art [23–25]. Bascom consequently, conferred on the Yoruba penultimate producers of art in Africa [23]. The products of the art traditions of ancient Ife and its neighboring towns, particularly those of Iwo-Eleru, Owo, Imesi-Lasigi, Old Oyo and new Oyo provide evidences of the artistic exploits of the Yoruba [26–30].

The aforementioned are fossilized art though; their remains are repositories of other

Yoruba artistic practices, particularly those with momentary or ephemeral appeal [31–33]. Prominent among such art include mat weaving (*eni wiwun*), gourd carving (*igba finfin*), cloth weaving or textiles (*aso wiwun*), female body adornment with prevalence in body painting (*lali*), makeup, makeover, manicure, pedicure, haircut or hairdo (*idiri*) and head gear also known as *gele* [34, 35].

Analysis of previous research. *Gele*, represents anything and everything that constitute Yoruba female head cover or covering [34]. Interestingly, *gele* plays pivotal role in Yoruba clothing or dressing scheme, de-compartmentalized into wear, wrap and crown or gear. Though *gele* is third in rank in dressing scheme, it is by all means the icing on the cake that, gives every Yoruba dress, its true and rightful extravagance and touch of class [34]. An assertion Ologunde [36] acknowledged in his lyrical vibe, noting Yoruba civility in fashion, giving credence to its eminence in the committee of fashion cultures of the globe. Ologunde itemised wrapper, blouse with a top-notch gear as fundamental to sophistication in body fashion of the Yoruba. Noting its tripartite arrangement as shocker and silencer to any opposing stances, recommending monocular or binoculars for haters and antipathies in appreciating the prevailing stylistic or morphologic rendition [36]. Ologunde consequently, mentioned fitting or congruity as ultimate to masterful *gele* rendition.

Statement of the problem. *Gele* art of the Yoruba has become a major point of conversational discourse in recent time by all sundry; significantly for its morphologic dynamics and reorientations, heightened by handlers' creative ingenuities. This observation is amplified by the Internet of Things (IoT); a virtual repository space interfacing in real time sent and received data of all kinds [37], *gele* inclusive, generating seamless traffic in the social media. Laudable as this traffic is on the net, critical scholarly appraisal are still infinitesimal. This dearth or inconsequential scholasticism on *gele* is of germane concern to

the study. To this end, it attempts critical examination of *gele* morphology and signification.

Methodology. The method adopted in this study is somewhat field investigation and bibliographical approaches, sourcing its data primarily from the Internet through social media handles of the shortlisted *gele* artists. That is, practitioners were consulted for insight and their consent sought for possible usage of clients' (*gele* recipients or adherents) photographs. These pieces were examined visually, using Yoruba *oriki* or literary and performative genres as in spoken words, chants, musical lyrics, *Ifa corpus etcetera* [38]. The aim in this case is to substantiate connotatively and intelligibly on the signification of selected *gele* subjects from the Yoruba worldviews [39, 38].

The results of the research and their discussion.

***Gele* artistry and type:** The artistry of *gele* is domicile in creative individuals hitherto known as hobbyists. They are primarily gifted hands and traditionally females who passionately does what they know how to do best without monetary string attached. Hobbyists are volunteers who voluntarily beautifies prospective family members and strangers alike in fitted *gele* for no charges. They usually engage in this pursuits or services outside their regular occupation for leisure or pass time. *Gele* hobbyists operation in Yoruba milieu is ancient, dating back to time immemorial. Their kind gesture is largely taking for granted by recipients who often see the gesture as right; supposedly blinded by Yoruba communal structure, which hinged its ideals on collective ownership of gifts or talents.

The latter, among others is interestingly responsible for eventual commoditization, commercialization and professionalization of *gele* art as a specialized discipline in contemporary time. A development that is likened to a scenario in *Ogbe Wehinwo*, an *Ifa* verse, which like its title "retroflex-reflection" is averse to static stereotypism. But nonetheless,

upheld dynamics or dynamism, which is keyed to followership expansionism. The recent emergence of *gele* patterning or styling professionalism from hobbism can be attributed to the prevailing expansionist nature of its contemporary operators as advocated in *Ogbe Wehinwo* [27, 40].

The two contemporary *gele* drivers, now rub off well on each other both in cash returns and knowledge acumen, smiling to banks and turn out new morphologic subjects [34]. As an organized sector, they now go by the appellation *gele* stylists and artists, operating as an industry where training and retraining is the new normal. *Gele* art training and practice though, traditionally reckoned as feminine domain or better still a prerogative of the female folks. But current prevailing realities now welcome all comers including male folks into its fold as active players of the industry (Fig. 1–2).

Also of attendant development is the welcoming of auto *gele* also known as pre-styled *gele* into the fold. Auto-*gele* has injected a level of change to how women wear gear, eliminating likely individual struggle with tying or wrapping and a result of its ready to wear inclination. Interestingly auto-*gele* is designed and developed for all occasions (Fig. 3) and as contemporary addition to manual *gele* type (Fig. 4).

Tied or wrapped gear known as manual *gele* often course pain though, as a result of the tightness and toughness of the materials employed. It is still the most loved by all sundry, primarily for its fine artistry that gives a sense of fulfilment on the part of two (the artist's hand and the client's head); while the medium of engagement is usually plain cloth of different surface qualities. The process of engagement is often marked by a sense of eloquence, elegant creases, vertical stretching, horizontal elongation, perpendicular balance and spiral twists, exemplified in crown-like creation of form or structure for the head (Fig. 5–7).

The above Fig. 5 to 7 are clear reflections of the procedural stages of tying manual *gele*. Fig. 6 attests to the use of accessories; pin or needle to be precise. Other accessories include brooch, tread, gum stay and gum have come to stay in the sustenance of contemporary *gele* morphology.

However, tied casual and non-casual *gele* often reveals the touch of elegance, confidence, glamour and power in female traditional and non-traditional outfit. Casual handmade *gele* are fundamentally worn on daily bases for domesticity [33]. While, the non-casual handcrafted once are worn majorly for special occasions, typified with wedding, naming ceremony, house warming and burial ceremony to mention few. This development has attracted millions of aficionados around the globe, courtesy of the Internet of Things (IoT). Apparently, this attraction is evident in Africa, Europe, North America, South America and Australia. Interestingly, many non-Yoruba and to a very large extent Africans wear *gele* as a sign of reverence, particularly in African events, some adopt it as part of their everyday wear while others adorn it as a result of their soft spot for the Yoruba culture [35].

Manual gele: Prior to this time, there was nothing called auto *gele*, its nascent momentum even in this milieu is however, no match for manual *gele*, which hitherto trail the blaze in Yoruba land and elsewhere in the globe till date as fine art. Alakija [41] in the 1970s recorded, how phenomenal the arrival of a particular manual *gele* morphology known as *Onile-gogoro* (Owner of skyscraper) was; coming as a future shock or better still a new wave [42], taking the general populace at surprise and incredulously trailing the blaze for over a decade from 1970s through to late 1980s. Ologunde [36], on the other hand, enlisted the likes of *Koju soko* (face your hobby), *Umbrella (agborun-gbojo)*, *Labalaba* (butterfly), I.T, Ceiling Fan (*abebe aja*) in his "Onigele Skentele" album.



Fig. 1. Finishing touch by Mr. Tee gele, 2022



Fig. 2. Finishing touch by Juliana juliagele, 2022



Fig. 3. Auto gele by rallys_closet, 2022



Fig. 4. Manual gele by dstrandz, 2022



Fig. 5. Gele pleating foundation by gele_by_mimi, 2022



Fig. 6. Gele pinning with needle by gele_by_mimi, 2022



Fig. 7. Completing gele pleating process by gele_by_mimi, 2022

Others includes *Lukumo* (look-worm), National Theatre (*nosonna tiata*), Man Diesel (*mon disu*) Satellite (*satilaiti*), Overloud (*erutopaju*), Boys follow me (*odo'mokunrin tele mi*) as the prevailing morphologic subjects of the early 1990s, which permeate through to this time though with new additions. Today, there exist well over forty *gele* morphologic styles or patterns in the public domain [43]. Some of the prevailing styles include Avant-garde, Hand fan,

Flowery, Infinite pleats, Perfect rose, Fan, Pleats overload, Side rose, Side twisted fan, Wide flower, Centre knot, Peacock, Centre bow, Multiple pleats bling, Two step pleats, left ruffle stone bead [34]. They apparently fall under anthropomorphic, zoomorphic, anthropo-zoomorphic, anthropo-artificial or flora *gele*.

Detailed morphologic categorization of *gele* is however, presented in Table 1.

Table 1

Manual *gele* morphologic categorizations by subject

S/n	Morphology	Subject
1.	Anthropomorphic	<i>Kojusoko</i> , Boys follow me
2.	Zoomorphic	<i>Labalaba</i> , Peacock
3.	Anthropozoomorphic	<i>Lukumo</i>
4.	Anthropo-artificial	Hand fan, Man diesel
5.	Flora	Perfect rose, Flowery, Side rose, Wide Rose, leave, Onion, Lily
6.	Artificial	<i>Onilegogoro</i> , National theatre, Satellite, Overloud, Ceiling fan, Umbrella, I.T, Avant-garde, Fan, Pleat overload, Side twisted fan, Infinite pleats, Centre Knot, Centre bow, Multiple pleats bling, Two step pleats, Left ruffle stone bead, <i>etcetera</i>

Manual *gele* morphology: From the above table 1, it is crystal clear that prevailing *gele* morphologic classification is categorized into six of anthropomorphic, zoomorphic, anthropo-zoomorphic, anthropo-artificial, flora and artificial subjects. Interestingly, Yoruba women are very particular of how their *gele* is tied; some want it conservatively low (Fig. 1), while others like it tied flamboyantly high (Fig. 2, 4 and 7). Little wonder why Apata [44] in one of her track title "*Gele*" gave a lyrical credence to *gele* profundity as testament to females or better still women social status, peculiarly for those that put in extra hospitality in their spouses' daily care. Apata further, emphasized high or higher (profound *gele*) superlatively to denote supremacy and excellence that surpasses any other in terms of uniqueness and elegance [44]. The latter perception is supposedly responsible for the attendant morphologic complexities, apparent in manual *gele*, particularly those worn for special outings like wedding, naming ceremony, house warming, burial ceremony

etcetera. Butterfly, hand-fan, leave and rose are some of the old and new prevailing *gele* subjects that grace such occasion in contemporary time, adorned mainly for self aggrandizement. These subjects however, falls under the trio of zoomorphic, anthropo-artificial and flora morphologies.

Manual *gele* signification: Social and cultural signification is key in tying *gele*. For instance, front leaning of infant or adolescent girls' *gele* connotes futurism, suggesting their future is ahead of them. Older or elder state women tie theirs to the back, implying their sun has set. While, adults or middle-aged women tie their *gele* to the side, meaning their future is now and ready to take it by force; exemplified in marriage, family and other rites. In addition, *gele* with leaning to the right, suggest married status on its beholder. While those leaning to the left indicate, its host is single. The latter principle has been jettisoned, supposedly by contemporary Naija culture, which pays zero premiums on marital status. This neo-Naija culture is indeed phenomenal with main stake

on *gele* aesthetics at the expense of signification.

Hence, cultural significations of selected *gele* morphologies become expedient. They are butterfly (zoomorphic), hand fan (anthropo-artificial) and leave and rose (flora), significantly examined from the Yoruba worldviews.

Zoomorphic: Butterfly *gele* happens to be the only identified subject under zoomorphic morphology [45, 46]. *Labalaba* is butterfly in Yoruba philology [47], signifying fashion, fragility and somewhat pride. Its fragility is attested in the fragile nature of butterfly and the impending and violating danger that needs to be avoided in other for its pride (wings) to be kept intact and sustainable. Little wonder why the Yoruba clarifies the place of butterfly in the scheme of cloth or clothing as fabric merchants. The shortlisted butterfly (*labalaba*) samples are three with evidential variance in fabric, accessory and coloration as instanced in Fig. 8 to 10 below;

The duo of Fig. 8 and 10 plays host to a green butterfly *gele*, where the former (Fig. 8) was accessorized with pin, giving descending or resting impression; the latter (Fig. 10) was knotted, supposedly ascending to the heavens. Their green coloration suggest growth. Fig. 9 on the other hand showcased a red butterfly *gele* in flight motion heading to the west, accessorized with gold brooch, its red

coloration suggest power. The three *labalaba* gear in Fig. 8 to 10 are products of Aso Ofi.

Anthropo-artificial: Hand fan *gele* is the most evident subject in the anthropo-artificial categorization. This subject is a hyphenated compound word, a combination of animate (hand) and inanimate (fan). The duo of hand and fan in this case symbolically signifies the truth; which regardless of time or season is told, it forever remain the truth. The truth is by no small measure synonymous to gold (*wura*) in Yoruba worldview, which never tarnish. Apparently, the duo of Right twist hand fan and Left twist hand fan are its prevailing samples currently trending (Fig. 11-12).

Fig. 11, which is left twist hand fan *gele* suggest knowledge in search of the truth, while Fig. 12 plays host to right twist hand fan *gele*, signifying wisdom of the truth and its readiness to deliver.

Flora: Plant, bacterial and fungal life are classified under flora morphology. Short listed for signification is the duo of leave and rose or flower. Leave is known to signify agility, piece, leadership and beauty to mention few, while rose symbolizes wealth, extravagance and fragrance. For instance, *Newbouldia laevis* leave (*Ewe Akoko*) symbolized leadership; while *Spodias mombin* leave (*Ewe Iyeye*) implies prosperity and survival.



Fig. 8. Descending butterfly gele by alaga_royal, 2022



Fig. 9. Right flight butterfly gele by claraito'sblog, 2022



Fig. 10. Ascending butterfly gele by kadoshphotography_c, 2022



Fig. 11. Left twist hand fan gele by stylishgwin_africa, 2022



Fig. 12. Right twist hand fan gele by owambeuk, 2022



Fig. 13. Leave gele by thrivegueddings, 2022



Fig. 14. Leave gele by etsy, 2022



Fig. 15. Leave gele by gele_by_mimi, 2022



Fig. 16. Central rose gele by owambeuk, 2022



Fig. 17. Right side rose gele by darkskinwomen, 2022



Fig. 18. Left side rose gele by gele_by_mimi, 2022

Fig. 13 to 15 had reflection of leave *gele* morphology rendered by the trio of thriveloguweddings, etsy and gele_by_mimi. The intent and concerns of these artists were simply to make beautiful damsels out of their clients and not signification of the adorning gear. The three *gele* master pieces in Fig. 13 to 15 will supposedly pass for *Spodias mombin* (*Ewe Iyeye*), it symbolically portends peace, fertility and prosperity. This inference is deduced from victory song, rendered by Paimo [48], which brings to mind another variation of the song by Fabiyi [49]. The two aforementioned submissions, affirmed the protective providence and symbolism of

Spodias mombin as sanctioned by Almighty God.

Flower or Rose (Ododo): Flower or rose *gele* morphology represents beauty, fragrant and procreation. Adegeye [50] supported the latter claims in the song recognizing rose as fragrant and in furtherance liken it to children, treasures worthy of cherishing. Little wonder why modern ladies adorning in rose *gele* as exemplified in Fig. 16 to 18.

The signification of *gele* morphology in the figures above, attest treasure, fragrance, growth and prosperity. For clarity the significations of critiqued *gele* morphology are presented in Table 2.

Table 2

Manual *gele* categorizations by morphology and subject

S/n	Morphology	Subject	Signification
1.	Zoomorphic	Butterfly	Fragility, beauty, pride
2.	Anthropo-artificial	Hand-fan	Truth, equity, tenacity
3.	Flora	Leave	Authority, peace, grace
		Flower/rose	Fragrant, growth, treasure

The above table 2 gives three concise meaning or signification to each identified morphologic subjects; these submissions are whoever opens to other findings

Conclusion. *Gele* art is by all means ephemeral art, judging from its temporality or temporal nature. This artistic nature, encapsulates body tattooing, markings, scarification, painting, makeup, makeover, manicure, pedicure, hairdo and haircut to mention few. They play very important role in modern day body art. The role played by *gele* is more unique and revealing than its other compatriots in body art. Though, *gele* growth is not without humble beginning, its soaring to notability in contemporary times has come to stay. A development that is thrust on paradigm shift or in local parlance "Wake up", which apparently is antidote to fate. This wakeup call, attests advancement; embracing all sundry participation (male, female, young and old) in *gele* art, as against tradition that, seeds

operational prerogative solely to the female folks.

Again, *gele* art has paradigmatically advanced from its hitherto benevolent hobbyist tradition to a more capitalist approach, welcoming professionalism and corporation; incorporating corporate ideals and values into its operation in terms of training and practice. A development that brings to mind, maize organizational structure, which interestingly is in tandem with organizational structure of contemporary *gele* industry. Its players now go by the appellation artists or stylists with expertise in auto and manual *gele*. Though, auto *gele* has in recent time generated supposed momentum as a result of its ready to wear solution; it will for a long time play second fiddle to hand or manually crafted *gele*, mainly for its lack of fine art credibility. Little wonder why, the current operators of *gele* now exhibits prolificacy in creative hindsight, as true heir to their forebears insightful fountain of creativity; as passed on from generation to generations, which has

generated well around sixty (60) manual *gele* morphologic subjects and still counting.

Laudable as the creative prowess of the *gele* operators are, knowledge into symbolic signification of their creations, which to a large extent has lasting effect and impression on the beholder and its audience is no doubt germane. In this case, *gele* is not on trial but the duo of it beholder and audience. As such, *gele* artists and adherents alike, particularly those of Yoruba extraction and in extension aficionados around the globe, should as a matter of fact, be abreast

with the signification of their adorning gears from the standpoint of culture. The study consequently hoped, its findings will go a long way in raising consciousness, worthy of provoking further scholarly research on morphologic signification of *gele* art ephemeral. It conclusively, recommends concretization of *gele* art to fossilized art in wood, metal, glass and clay by sculptors and ceramicists alike, for economic growth, industry and innovation.

Література:

1. Akintonde M. A., Abiodun S. O., Akinde T. E. Clay, clay bodies and strength: The example of South western Nigeria. *ARInt: Academic Research International*. 2014. 5(3 Part II). 280–291.
2. Fadipe N. A. The sociology of the Yoruba. Ibadan, Nigeria: Ibadan University Press, 1991.
3. Akinjogbin I. A. Milestones and social systems in Yoruba history and culture. Ibadan Olu-Akin Publishers, 2002.
4. Akinde T. E. Fruit peelings as ash Glazes. An Unpublished M. Tech. Dissertation. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2009.
5. Akinde T. E. Comparative study of the strength of Glazes derived from horticulture and animal by-products. An Unpublished Ph. D. Thesis. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2016.
6. Abokede O. O., Ayinmode S. Classification of Epa Masquerades among Okun Yoruba of South Western Nigeria: A study of Forms and Aesthetics. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*. 2018. 23(1). 48–54.
7. Akinde T. E. Adeta Alamojo algorithmic wares firing from wastes. *International Journal of Progressive Sciences and Technology*. 2021. 29(2). 667–680. <https://doi.org/10.52155/ijpsat.ijpsht-journals>.
8. Akinde T. E. Tunrayo Ayinke Ayinla: The unsung burnish black glaze wares Ceramist of Ilorin. *Journal of Yoruba Studies*. 2022. 7(2). 187–211. URL: <https://journals.flvc.org/ysr/issue/current>.
9. Wikipedia (2023). Yoruba population in Nigeria. Retrieved 15 April, 2023. URL: <https://en.m.wikipedia.org>.
10. Preston S. B. Royal art of Africa: The majesty of form. London: Laurence King Publishers, 1998.
11. Atunda J. A. An introduction to Yoruba history. Ibadan: Ibadan University Press, 1980.
12. Adediran A. Yoruba ethnic group or A Yoruba ethnic group? A review of the problem of ethnic identification. Sao Paulo. Africa 7. 1984.
13. Keay R. W. J. Trees of Nigeria. New York: Oxford University Press, 1989. ISBN: 0-19-854560-6.
14. Adepegba. Ahistorical sculpture of West Africa. Carlisle: The Trout Gallery, Dickinson College, 1984.
15. Abiodun S. O., Akintonde M. A., Akinde T. E. Small scale ceramic industry in Oyo state: Challenges and prospects. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 2013. 4(11). 103–111. ISSN: 2222-2855.
16. Abiodun S. O., Akinde T. E. Transfer as alternative to direct drawing in Yoruba hand built Pottery. *International Journal of African Culture and Ideas*. 2014. 14(5). 169–186.
17. Abiodun A. D., Akinde T. E. An exploration of Brass casting in Ogbomosoland: The need to revamp the vanishing tradition. *Journal of Studies in Humanities*. 2019. 10. 5–23.
18. Frobenius L. The voice of Africa. 2 vols. Reprint. New York: Benjamin Bloom, Inc., 1913/1968.
19. Fagg W. B., Willet F. Ancient Ife, an ethnographical summary. *Odu*. 1962. 8. 21–35.
20. Willet F. Ife and its archaeology. In: J. D. Fage & R. A. Oliver (eds.) *African Prehistory*. Cambridge, 1970.
21. Akintonde M. A., Akinde T. E., Abiodun S. O., Okunade M. A. Outdoor pottery sculpture in Ife art school. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2015. 4(3). 219–232.

22. Drewal M. T. Projections from the top in Yoruba art. *African Arts*. 1977. 11(1). 43–49.
23. Bascom W. A Yoruba master caver, Duga of Meko. In: W. L. d'Azavedo, (ed.), *The traditional artists in African societies*, (pp. 62–78). Bloomington: Indiana University Press, 1973.
24. Kalilu. The role of sculpture in Yoruba Egungun masquerade. *Journal of Black Studies (African Aesthetics in Nigerian and the Diaspora)*. 1991. 22(1). 15–29. URL: <https://www.jstor.org/stable/2784494>. Sage.
25. Vogel M. S. *Baule African art Western eyes*. New Haven and London: Yale University Press, 1997.
26. Clapperton H. *Journal of a Second Expedition into the Interior of Africa from the Bright of Benin to Soccatoo*. London: John Murray, 1829.
27. Adepegba C. O. The essence of the images in the religious set up of the Yoruba of Nigeria. *Nigerian Magazine*. 1983. 144. 13–21.
28. Kalilu R. O. R., Akintonde M. A., Ayodele O. Ceramics: Art and technology in the 21st Century southwestern Nigeria. Agege: Pemilter, 2006.
29. Akintonde M. A., Akinde T. E., Abiodun S. O., Okunade M. A. Outdoor Pottery Sculpture in Ife Art School. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2015. 4(3). 219–232.
30. Akinde T. E., Odeniyi A. O., Abiodun S. O. Glazed tiles as floor finish in Nigeria. *JAH: Journal of Arts and Humanities*, 2013. 2(8). 52–63.
31. Kalilu. Crisis in African art studies: Yoruba gourd caving and the need for historical concern in art history. In: R. O. R. Kalilu (ed.), *African Art: Definition, forms and styles* (pp. 18–42). Nigeria: Ladoke Akintola University of Technology, 1994.
32. Akinde T. E., Woods H. T., Odeniyi A. O. Revivification of the art of *fila*. In: S. E. Ododo (ed.), *Fireworks for a lighting Aesthete: Essay and tributes in honour of Duro Oni at sixty* (pp. 534–550). Centre for Black and African Arts and Civilization (CBAAC). Lagos, Nigeria, 2012.
33. Akinde T. E. Wares firing in September: Defying odds. *Eyo: Journal of the Arts and Humanities*. 2017. 3(1). 237–247. ISSN: 2476-8278.
34. Akinde T. E., Tijani A. O., Akintonde M. A., Eyinade A. S. Yoruba contemporary *Gele*: A stylistic appraisal. *International Journal of Humanities and Social Sciences*. 2022. 5(2). 78–88. <https://doi.org/10.36079/lamintang.ij-humass-0502.430>.
35. Tijani A. O. Fashion trend in Gele among the Yoruba. An Unpublished B. Tech. Thesis. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2022.
36. Ologunde B. Onigele skentele. In: the album *Africano*. Motherlan, 2006. soundof9ja.com, accessed, March 12, 2022. URL: <http://soundof9ja.com>skentele>.
37. What is the Internet of Things (IoT)? *Oracle*. Retrieved 20 March, 2023. URL: <https://www.oracle.com>.
38. Kalilu. Reflections on African art: An insider's comment. In: R. O. R. Kalilu (ed.), *African Art: Definition, forms and styles* (pp. 11–17). Nigeria: Ladoke Akintola University of Technology, 1994.
39. Abiodun R. Yoruba art and language: Seeking the African in African art. New York: Cambridge University Press, 2014.
40. Kalilu R. O. R. Esah Etsu Saba: A bronze stool from Nupeland. *Revista do Museu de Archaologia e Etnologia Universidade de Sao Paulo*. 1994. 4. 141–151.
41. Alakija Y. Onile Gogoro. 1979.
42. Toffler A. *The third wave*. United States of America and Canada: Bantam Books, 1981.
43. Onoja G. Know the different types of gele. 2002. stylishgwin_africa or stylishgwinblog.com.
44. Apata T. Gele. In: Airtel 4G Song. *Dr. Dolor Entertainment*. 2019. URL: <https://www.six9ja.com>Music>.
45. Moucha J. *A color guide to familiar Butterflies: Caterpillars and chrysalides*. London: Octopus Books, 1973.
46. Gettler E. *Butterflies backyard guide: Identify, watch, attract, nurture, save*. Minnesota: Cool Spring Press, Quato Publishing Group, 2017.
47. Sowande E. J. *A dictionary of the Yoruba language*. Reprint. Ibadan: University Press, 1991/2008.
48. Paimo L. Ogbori Elemoso. *Waploaded*. 1963. URL: <https://videos.waploaded.com>video>.
49. Fabiyi E. O. Omo olorun ko se mu. In the album *Ambition*. *Boomplay*. 1983. URL: <https://www.boomplay.com>songs>.
50. Adegeye S. A. Omo lododo eye. In the album *Classic 3*. *AllMusic*. 2001. URL: <https://www.allmusic.com>song>.

References:

1. Akintonde M. A., Abiodun S. O., Akinde T. E. Clay, clay bodies and strength: The example of South western Nigeria. *ARInt: Academic Research International*. 2014. Vol. 5, № 3, Part II. P. 280-291.

2. Fadipe N. A. The sociology of the Yoruba. Ibadan, Nigeria: Ibadan University Press, 1991.
3. Akinjogbin I. A. Milestones and social systems in Yoruba history and culture. Ibadan Olu-Akin Publishers, 2002.
4. Akinde T. E. Fruit peelings as ash Glazes. An Unpublished M. Tech. Dissertation. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2009.
5. Akinde T. E. Comparative study of the strength of Glazes derived from horticulture and animal by-products. An Unpublished Ph. D. Thesis. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2016.
6. Abokede O. O., Ayinmode S. Classification of Epa Masquerades among Okun Yoruba of South Western Nigeria: A study of Forms and Aesthetics. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*. 2018. Vol. 23, № 1. P. 48-54.
7. Akinde T. E. Adeta Alamoyo algorithmic wares firing from wastes. *International Journal of Progressive Sciences and Technology*. 2021. Vol, 29, № 2. P. 667-680. URL: <https://doi.org/10.52155/ijpsat.ijpsht-journals>.
8. Akinde T. E. Tunrayo Ayinke Ayinla: The unsung burnish black glaze wares Ceramist of Ilorin. *Journal of Yoruba Studies*. 2022. Vol. 7, № 2. P. 187-211. URL: <https://journals.flvc.org/ysr/issue/current>
9. Yoruba population in Nigeria. *Wikipedia* : webpage. URL: <https://en.m.wikipedia.org> (Last accessed: 15.04.2023)
10. Preston S. B. Royal art of Africa: The majesty of form. London: Laurence King Publishers, 1998.
11. Atunda J. A. An introduction to Yoruba history. Ibadan: Ibadan University Press, 1980.
12. Adediran A. Yoruba ethnic group or A Yoruba ethnic group? A review of the problem of ethnic identification. Sao Paulo. Africa 7, 1984.
13. Keay R. W. J. Trees of Nigeria. New York: Oxford University Press, 1989. ISBN: 0-19-854560-6
14. Adepegba A. A historical sculpture of West Africa. Carlisle: The Trout Gallery, Dickinson College, 1984.
15. Abiodun S. O., Akintonde M. A., Akinde T. E. Small scale ceramic industry in Oyo state: Challenges and prospects. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 2013. Vol. 4, № 11. P. 103-111. ISSN: 2222-2855.
16. Abiodun S. O., Akinde T. E. Transfer as alternative to direct drawing in Yoruba hand built Pottery. *International Journal of African Culture and Ideas*. 2014. Vol. 14, № 5. P. 169-186.
17. Abiodun A. D., Akinde T. E. An exploration of Brass casting in Ogbomosoland: The need to revamp the vanishing tradition. *Journal of Studies in Humanities*. 2019. Vol. 10. P. 5-23.
18. Frobenius L. The voice of Africa. 2 vols. Reprint. New York: Benjamin Bloom, Inc., 1913/1968.
19. Fagg W. B., Willet F. Ancient Ife, an ethnographical summary. *Odu*. 1962. Vol. 8. P. 21-35.
20. Willet F. Ife and its archaeology. In J. D. Fage, R. A. Oliver (eds.) *African Prehistory*. Cambridge, 1970.
21. Akintonde M. A., Akinde T. E., Abiodun S. O., Okunade M. A. Outdoor pottery sculpture in Ife art school. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2015. Vol. 4, № 3. P. 219-232.
22. Drewal M. T. Projections from the top in Yoruba art. *African Arts*. 1977. Vol. 11, № 1. P. 43-49.
23. Bascom W. A Yoruba master caver, Duga of Meko. In W. L. d'Azavedo, (ed.), *The traditional artists in African societies*. Bloomington: Indiana University Press, 1973. P. 62-78.
24. Kalilu R. O. R. The role of sculpture in Yoruba Egungun masquerade. *Journal of Black Studies (African Aesthetics in Nigerian and the Diaspora)*. 1991. Vol. 22, № 1. P. 15-29. URL : <https://www.jstor.org/stable/2784494>
25. Vogel M. S. Baule African art Western eyes. New Haven and London: Yale University Press, 1997.
26. Clapperton H. Journal of a Second Expedition into the Interior of Africa from the Bright of Benin to Soccattoo. London: John Murray, 1829.
27. Adepegba C. O. The essence of the images in the religious set up of the Yoruba of Nigeria. *Nigerian Magazine*. 1983. Vol. 144. P. 13-21.
28. Kalilu R. O. R., Akintonde M. A., Ayodele O. Ceramics: Art and technology in the 21st Century southwestern Nigeria. Agege: Pemilter, 2006.
29. Akintonde M. A., Akinde T. E., Abiodun S. O., Okunade M. A. Outdoor Pottery Sculpture in Ife Art School. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2015. Vol. 4, № 3. P. 219-232.
30. Akinde T. E., Odeniyi A. O., Abiodun S. O. Glazed tiles as floor finish in Nigeria. *JAH: Journal of Arts and Humanities*. 2013. Vol. 2, № 8. P. 52-63.
31. Kalilu. Crisis in African art studies: Yoruba gourd caving and the need for historical concern in art history. In R. O. R. Kalilu (ed.) *African Art: Definition, forms and styles*. Nigeria: Ladoko Akintola University of Technology, 1994. P. 18-42.

32. Akinde T. E., Woods H. T., Odeniyi A. O. Revivification of the art of *fila*. In S. E. Ododo (ed.) *Fireworks for a lighting Aesthete: Essay and tributes in honour of Duro Oni at sixty*. Centre for Black and African Arts and Civilization (CBAAC). Lagos, Nigeria, 2012. P. 534-550.
33. Akinde T. E. Wares firing in September: Defying odds. *Eyo: Journal of the Arts and Humanities*. 2017. Vol. 3, № 1. P. 237-247. ISSN: 2476-8278
34. Akinde T. E., Tijani A. O., Akintonde M. A., Eyinade A. S. Yoruba contemporary *Gele*: A stylistic appraisal. *International Journal of Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 5, № 2. P. 78-88. URL: <https://doi.org/10.36079/lamintang.ij-humass-0502.430>
35. Tijani A. O. Fashion trend in Gele among the Yoruba. An Unpublished B. Tech. Thesis. Department of Fine and Applied Arts, LAUTECH. Ogbomoso, Nigeria, 2022.
36. Ologunde B. Onigele skentele. In the album *Africano*. Lamintang : webpage, 2022. URL: <http://soundof9ja.com>>skentele (Last accessed: 12.03.2022)
37. Oracle. What is the Internet of Things (IoT)? Oracle : webpage. URL: <https://www.oracle.com> (Last accessed: 20.03.2023).
38. Kalilu. Reflections on African art: An insider's comment. In R. O. R. Kalilu (ed.) *African Art: Definition, forms and styles*. Nigeria: Ladoko Akintola University of Technology, 1994. P. 11-17.
39. Abiodun R. Yoruba art and language: Seeking the African in African art. New York: Cambridge University Press, 2014.
40. Kalilu R. O. R. Esah Etsu Saba: A bronze stool from Nupeland. *Revista do Museu de Achaesologiae Ethnologia Universidade de Sao Paulo* 4. 1994. P. 141-151.
41. Alakija Y. Onile Gogoro, 1979.
42. Toffler, A. *The third wave*. United States of America and Canada: Bantam Books, 1981.
43. Onoja G. Know the different types of gele. *Stylishgwin_africa* : webpage. URL: <http://stylishgwinblog.com> (Last accessed: 20.03.2023).
44. Apata T. Gele. In Airtel 4G Song. *Dr. Dolor Entertainment* : webpage. URL: <https://www.six9ja.com>>Music (Last accessed: 12.03.2022)
45. Moucha J. A color guide to familiar Butterflies: Caterpillars and chrysalides. London: Octopus Books, 1973.
46. Gettler E. Butterflies backyard guide: Identify, watch, attract, nurture, save. Minnesota: Cool Spring Press, Quato Publishing Group, 2017.
47. Sowande E. J. A dictionary of the Yoruba language. Reprint. Ibadan: University Press, 1991/2008.
48. Paimo L. Ogbori Elemoso. *Waploaded* : webpage. URL: <https://videos.waploaded.com>>video (Last accessed: 20.03.2023).
49. Fabiyi E. O. Omo olorun ko se mu. In the album *Ambition*. *Boomplay* : webpage. URL: <https://www.boomplay.com>>songs (Last accessed: 20.03.2023).
50. Adegeye S. A. Omo lododo eye. In the album *Classic 3*. AllMusic : webpage. URL: <https://www.allmusic.com>>song (Last accessed: 20.03.2023).

АКИНДЕ Т. Е.

Технологічний університет Ладока Акінтола, Огбомошо, Нігерія

МОРФОЛОГІЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО ГОЛОВНОГО УБОРУ «ГЕЛЕ» В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ЕФЕМЕРНОГО МИСТЕЦТВА

Мета дослідження полягає в тому, щоб ідентифікувати вибрані сучасні морфології геле, встановлюючи їх значення відповідно до світогляду народності «йоруба».

Методологія дослідження поєднує первинний дослідницький підхід із бібліографічним методом. Автором проведено консультації з тринадцятьма майстрами, практикуючими геле, перевірено роботу соціальних мереж і отримано згоду на використання фотографій.

Результати. На основі аналізу розроблено класифікацію традиційного головного убору «геле» залежно від різних ознак: форми, тканини, призначення, джерела натхнення тощо. Виявлено, що геле – це ефемерний художній твір із представленням різних концепцій, що становить жіночі головні убори, які досі прикрашають йоруба в повсякденних і святкових костюмах. Морфологічно

виявлено шість категорій геле; визначено довговічність, відповідність та важливість зооморфних (метелик), антропо-штучних (віяло) та флори (листя та троянди) предметів відповідно.

Наукова новизна. Проведене дослідження засвідчує жіночу доміциляцію, практичну одностатевість і принциповість техніки в ручному або автоматичному режимі розробки традиційного головного убору «геле». Встановлено лідируючу роль «геле» в ефемерному мистецтві народності «йоруба», гідним просування відповідно до цілей сталого розвитку.

Практичне значення. Дослідження є корисним як для митців, так і до меценатів щодо необхідності використання геле в сучасному дизайні.

Ключові слова: йоруба, геле, ефемерне мистецтво, морфологія, значення, головний убір, мода, дизайн.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Акінде Тойін Еммануель (Akinde Toyin Emmanuel), старший викладач кафедри образотворчого та прикладного мистецтва, Технологічний університет Ладоке Акінтола; департамент творчого мистецтва (візуальні мистецтва), Університет Лагосу, Нігерія, ORCID 0000-0001-6259-3567, **e-mail:** teakinde@lautech.edu.ng

Цитування за ДСТУ: Akinde T. E. Morphology and Signification of Gele Ephemeral Art. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 11–23.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.1](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.1)

Citation APA: Akinde, T. E. (2023) Morphology and Signification of Gele Ephemeral Art. *Art and design*. 3(23). 11–23.

УДК 7.012

DOI:10.30857/2617-0272. 2023.3.2.

^{1,2}JIANG Y., ²PASHKEVYCH K. L.¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine²Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an, People`s Republic of China

RESEARCH ON MUSEUM CULTURAL AND CREATIVE PRODUCT FROM THE PERSPECTIVE OF NARRATIVE DESIGN AND ATMOSPHERIC AESTHETICS

The purpose of the study is to explore how to uncover the aesthetic value of museum cultural and creative products and create an atmosphere through narrative design from the perspective of atmospheric aesthetics, to meet users' daily aesthetic needs and contribute to the further development of museum education.

Methodology. The research methodology is interdisciplinary. This study adopts atmospheric aesthetics as the research perspective and combines a literature review and empirical research to elaborate on the subject.

Results. The research provides a comprehensive analysis of the narrative elements and characteristics of museum cultural and creative products, proposes narrative design approaches, and explores the elements, methods, and strategies of narrative design in depth.

Scientific novelty. In this study, the narrative design strategy of museum cultural and creative products is discussed from the perspective of atmospheric aesthetics, and a narrative model of museum cultural and creative product design from the perspective of atmospheric aesthetics is constructed.

Practical significance. By exploring in depth the aspects of museum cultural and creative products, such as the meaning of form and spirit, and the emotive narrative language, we can better understand the importance and value of museum cultural and creative products in contemporary society. These narrative strategies will not only enable people to better understand and appreciate the cultural connotations of cultural relics but also bring museums closer to the general public and promote cultural heritage and aesthetic education.

Keywords: atmospheric aesthetics; museum cultural and creative products; cultural heritage; narrative design; art education; culture; product design.

Introduction. In recent years, with the flourishing of museum tourism and the active promotion of aesthetic education in museums, museums, as a gathering place for culture and art, have brought together a rich collection of cultural heritage and artistic treasures. The public is gradually becoming aware of the immense aesthetic value and aesthetic significance that museum collections contain. At the same time, museums have also become popular online tourist destinations for young people, and are much loved by the public.

As an extension of museum culture and art, museum cultural derivatives play an important role in society. They enable museum culture and art to be integrated into everyday life. Through museum cultural derivatives, the public can gain a deeper and more comprehensive understanding and appreciation of the museum's collections and culture. This not only enhances the public's artistic perception

and aesthetic awareness but also cultivates their aesthetic and cultural literacy.

Therefore, it becomes particularly important to explore the aesthetic values and connotations embedded in museum collections in depth and to promote the creation and perception of beauty with narrative design.

Analysis of previous research. Atmospheric aesthetics is an aesthetic theory developed by Gernot Böhme (1937–2022) and is a prominent representative of the many new contemporary German aesthetic schools. "Atmosphere" (atmosphere), an important aesthetic category, returns to its roots and refocuses on people's feelings and emotional experiences of being present at the moment. The sensual aspects of feeling and emotion are the aspects that Boehmer seeks to emphasize [1; 7; 8].

Atmospheric aesthetics aims to link the aesthetics of reception and the aesthetics of making, thus achieving a transcendence of

traditional aesthetics. Boehmer argues that beauty is understood as how that thing is present, that atmosphere is made, and that such things as garden design, stagecraft, and merchandising are atmosphere makers [2; 9]. Museum cultural and creative products can currently create an atmosphere through aesthetic work such as product design, which attacks human feelings and mobilizes users' emotions; it evokes strong emotional resonance and enriches users' aesthetic perceptions and cultural experiences.

Since the 1960s, the narrative has been widely studied and discussed as an expressive process of reproducing events through language, text, sound, and image. The narrative theory was first applied in the fields of literary studies and criticism, such as 'narrative structure analysis', 'narrative poetics', and 'narrative discourse'. Tzvetan Todorov formally introduced the concept of "narratology" in his book "The Grammar of the Decameron". In the field of design, narrative was first applied to spatial design. Subsequently, the study of the narrative was extended to the field of product design. In recent years, narrative design has received a lot of attention in the design of cultural and creative products due to their cultural attributes.

"Narrative design is a method of expression that uses a narrative to present stories to achieve communication and exchange of information between people and products, resulting in an emotional or cultural experience" [3]. Narrative design is an art of communication in the field of design that goes beyond a simple external style into a deeper realm [4]. The use of narrative techniques in the design of museum cultural and creative products can greatly mobilize users' emotional feelings and help them to perceive the product, which is also the sensual aesthetic advocated by the aesthetics of the atmosphere.

Analysis of narrative elements of museum cultural creation. Zhao Shuhua and Tension Li (2016) systematically discuss the components of narrative design: "Narrative design uses linguistic symbols to constitute

product forms to narrate stories, focusing on cultural contexts such as narrative perspective, narrative mode, narrative environment, narrative plot and product functions such as function, structure and behavior, and on the questions of who narrates and how to narrate" [5]. From the atmospheric aesthetics perspective, the main purpose of the narrative is to create atmosphere, and how to create atmosphere and frame the situation through narrative techniques is the focus of research. Atmospheric aesthetics attempts to bridge the subject-object divide in perceptual epistemology through the atmosphere. The atmosphere is the common presence of subject and object, the shared reality of both. The narrative design of the museum's creative products aims to facilitate the 'emergence' of the products and to perpetuate the 'presence' of the aesthetic subject through the creation of a context.

The relevant theories of atmosphere aesthetics have a strong guiding significance to the research related to narrative design. In previous studies, researchers have explored how to create a beautiful atmosphere in stage art design and museum exhibition space design and enable the audience to feel the beauty [10; 14]. It is pointed in the study of L. Liu and A. Zhang (2023) that, although museum cultural and creative products do not belong to the spatial design, they can also use scenario design thinking to create an atmosphere. It is clarified in the article that, the use of products to build narrative scenes helps to better understand the behavioral interactions and information exchanges between users and products under the scene perspective, enhances the attractiveness of the products, creates a good cultural communication scene, improves the sense of user experience in the scene, and then promotes the development of the museum cultural and creative industry [12]. However, there is no relevant research on narrative design strategies and models from the perspective of atmosphere aesthetics in museum product design, which proves the practical significance of this topic.

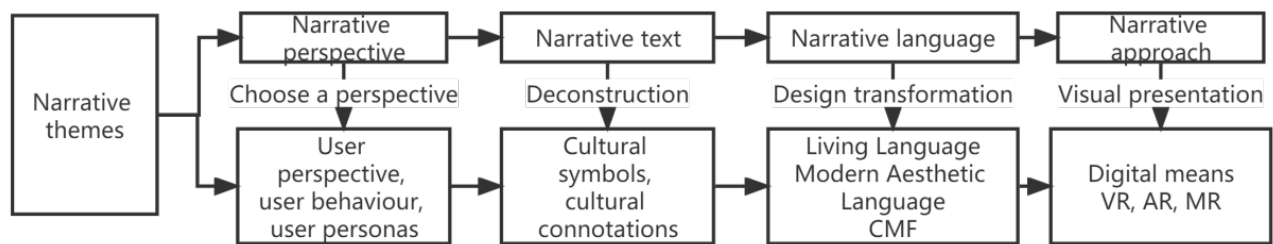


Fig. 1. Museum Cultural and Creative Narrative Design Model

As shown in fig.1, the narrative perspective determines whether the user is engaged or outside of it, which also distinguishes the difference between listening to someone else's narrative and experiencing it physically. Creative museum products aim to bring the art of the hall back into the lives of the public. Therefore, in the narrative design process of the museum's creative products, the user's perspective is used to set up behaviors or actions related to the narrative theme, so that the user unconsciously participates in the event as an experience in the process of interacting with the product, can feel the connotation expressed by the narrative theme, complete the psychological experience and achieve the narrative purpose.

For example, the Henan Museum (CHINA) launched a blind box for archaeology and heritage restoration [6]. The design creates an archaeological feast from the user's perspective, with the user becoming the protagonist in the archaeological event, from the archaeological excavation to the restoration of the artifacts, and then giving the restored 'artifacts' the function of everyday life. This narrative structure is progressive and reinforces the user's experience of 'presence'.

In the design process, designers use the cultural imagery contained in the cultural relics and artworks as narrative content, using a variety of design narrative languages such as color, material, function, and human-computer

interaction, combined with technology, to create an environment rich in cultural atmosphere and aesthetic experience. From the perspective of atmospheric aesthetics, this is where the art in the collection perpetuates the common presence of its subject and object through cultural and creative products. The emotionally charged narrative text, the unique narrative style of the design combined with the physical material, creates a narrative context of 'fluency' that appeals to different groups of viewers, breaking down the barrier of lack of expertise and making the mysterious and uncapturable atmosphere feel dynamic.

Statement of the problem. This study aims to explore how to uncover the aesthetic value of museum cultural and creative products and create an atmosphere through narrative design from the perspective of atmospheric aesthetics, to meet users' daily aesthetic needs and contribute to the further development of museum education. This study adopts atmospheric aesthetics as the research perspective and combines a literature review and empirical research to elaborate on the subject. This study combines analysis with typical case studies to provide insight into product narrative elements, narrative features, and narrative strategies.

Results of the research and their discussion. Narrative characteristics of museum creations in the context of atmospheric aesthetics as shown in the fig. 2.

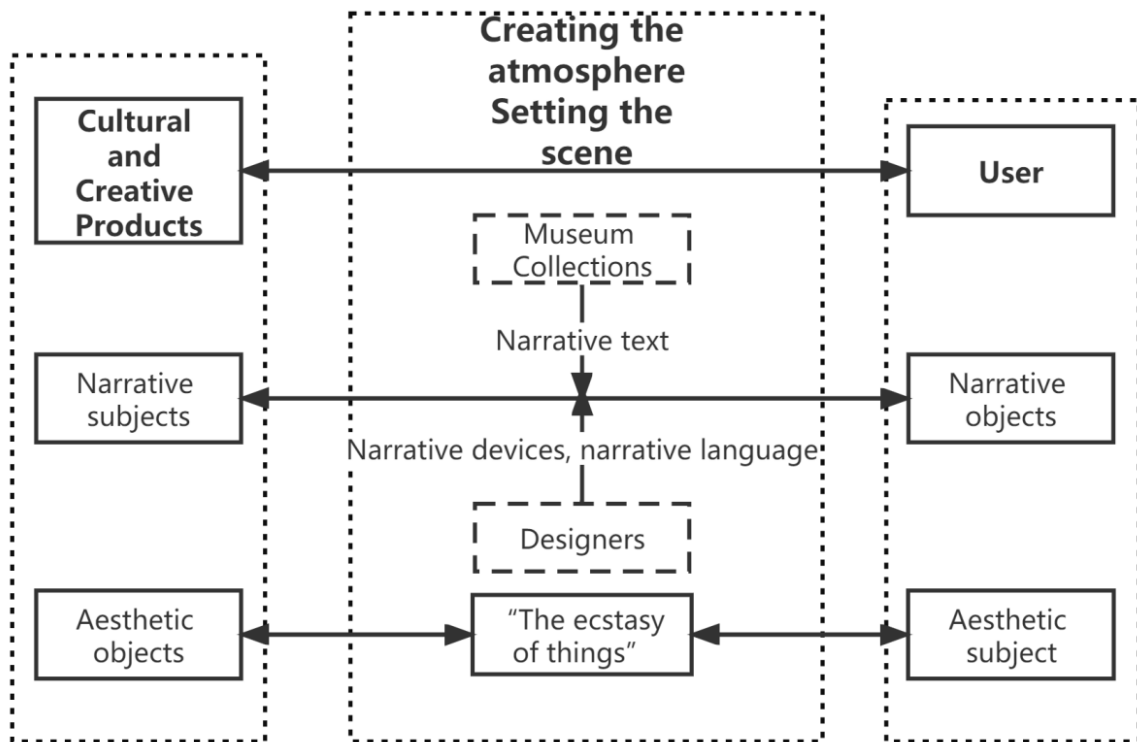


Fig. 2. Museum Cultural and Creative Narrative Design in the Perspective of Atmosphere Aesthetics

As shown in the fig. 2, the process of designing a product's narrative is also a process of creating an atmosphere. The museum's cultural and creative products accumulate their social, emotional, and aesthetic meanings, and the focus on the 'atmosphere' that permeates the products through 'events' echoes Boehmer's idea that 'atmosphere is made'. This "manufactured" atmosphere allows "the subject and the object to permeate from their respective boundaries and to meet to form a middle ground between them" [7]. The 'middle ground' is created by the interaction of those present with the environment and the creation of emotional tones through 'events'. The aesthetic value of museum collections is created through the emotional 'event' design of cultural and creative products, which allows the atmosphere to be created and the user to gain access to the aesthetic interest through physical perception. The narrative design of cultural and creative products in the context of atmospheric aesthetics is characterized by the following:

Atmospheric constructions. "Atmosphere is something diffuse and indeterminate, a space

that fills with a certain emotional tone, somehow like a haze". As Boehmer says, the atmosphere has certain spatial properties, and in the process of designing the narrative of museum cultural products, it is particularly important to construct 'space', i.e. a context of scenic use. Particularly in the current social context of the development of the aesthetic economy, design, as a form of 'aesthetic labor', 'constitutes a large part of social work, no longer serving the production of commodities, but their sterilization, or such a commodity production, the use value of which itself lies in its scenographic use by people, by the public, by corporate images, etc." [7]. This means that aesthetic consumption is, to a large extent, the consumption of perceptual experience. As commodities, museum cultural and creative products can create 'scenes' with specific emotional qualities by choosing and using aspects such as the color, material, shape, and interaction of the object. As such, they not only meet a practical value but also provide a cultural experience and emotional value to users, meeting their everyday aesthetic needs. By using design narratives to create scenes of cultural and

creative products, the impact of museum cultural and creative products can be enhanced, enhancing users' perception of culture and inspiring cultural consumption.

The aestheticization of the everyday. Mike Featherstone first introduced the aesthetic concept of the 'aestheticization of everyday life', which has become the aesthetic situation of the present day [8]. In this aesthetic situation, the aesthetics of atmosphere takes the sensual experience of nature and the relationship between human beings and their surroundings as the starting point, rescuing aesthetics from the elite, defending everyday aesthetics, calling for equality in art, and returning the right to aesthetics to the general public. This is in line with Featherstone's concept of the aestheticization of everyday life.

The cultural heritage and works of art in museum collections are no longer confined to the elite but have entered people's everyday lives. Designers have more rights and freedom to create art and can give full play to their imagination and creativity in the development of cultural and creative products. Art has re-entered people's daily lives in a lifelike way.

Museum cultural and creative products, whether in terms of the choice of subject matter or the use of narrative language, need to be designed around the public's daily life scenarios, using narrative techniques that are popular with the public. Such a design approach can increase people's sense of involvement and empathy, bringing cultural products closer to the lives of the general public and thus enhancing their aesthetic experience.

Focusing on emotional perception. Atmospheric aesthetics is, on the macro level, a contemporary aesthetics dedicated to the return of sensuality, leading people to recover the disappeared 'body' and 'sensuality', bringing aesthetics back to sensual perception. Product narrative design, on the other hand, derives from narrative theory in the field of literature, and "it is the creator of two such different aesthetic products that reveals a heightened awareness of the materials through which a specific

atmosphere can be created" [2]. This means that, although different from the forms of beauty in literary works, there are similarities and differences in the use of materials for the production of beauty. Narrative in literature focuses on the mobilization of emotion, and this is also true in product design. Museum cultural and creative products, using outstanding cultural heritage and art treasures as the narrative text, are more capable of touching people's deep-rooted cultural genes and evoking emotional resonance in users. By using narrative design to design products, narrative design not only achieves a fusion of 'instrumental rationality' with artistry and emotion but can also find emotional triggers by focusing on the behavioral and emotional characteristics of users. By gaining a deeper understanding of the user, narrative design can more precisely create a product experience that touches the user's emotions.

It is therefore important to place the user at the heart of the narrative design of museum cultural and creative products, to focus on their behavioral and emotional needs, and to create a compelling narrative and atmosphere that creates an emotional resonance and connection with the user. In this way, product design can go beyond the functional level to provide users with a richer, deeper experience that triggers emotional resonance within them and inspires deeper reflection and appreciation of culture and art.

Narrative strategies for museum cultural and creative products in the context of atmospheric aesthetics:

Being there – a participatory narrative perspective. Atmospheric aesthetics advocates the immersion and participation of the viewer instead of superficial viewing. As users of products and perceivers of beauty, users experience beauty best through physical presence. To achieve this, designers need to consider the user's behavioral habits, personal experiences, and emotional changes to set the appropriate narrative structure and choose the narrative perspective. In transforming things into

events, the product needs to be made one of the touch points of the event experience from the user's point of view. The user not only feels the function and usefulness of the product but also creates contextual associations and imagery through its relevance to the event, leading to a deep emotional perception.

Traditional museum products are usually storytelling-based, with the user playing a passive role as a listener. However, in the context of atmospheric aesthetics, creative products should give the user an active role, breaking the limits of time and space, and making the product and the story behind it observable, perceptible, touchable, and experienceable. As Boehmer puts it, 'things only appear as ecstasy to the perceiver who is capable of perceiving them as ecstasy, and the opening of atmospheric space depends on the physical presence of the perceiver' [9]. The traditional aesthetic appreciation of museums often requires a high level of professionalism, which makes it impossible for most people to understand the mystery. However, in the present day, design as an aesthetic endeavor should promote the perception of beauty in a way that is accessible to the general public, so that everyone can have this ability to perceive beauty. And there is no more direct and effective way to do this than to engage with it, to put yourself in the context of the time in which the work was created.

Take the example of the Narcissus Qingxiang fragrance, a cultural and creative product launched by the Suzhou Museum (fig. 3). The 'elegance' of the traditional Chinese literati is often obscure and difficult to understand. Therefore, by using natural jade as the base and the Narcissus in the painting in the collection as the imagery, the designer has made the concept of elegance more tangible and approachable by allowing the user to become the character of a literary scholar himself. The user can manipulate the flowers and plants like a literary scholar and savor the aesthetic ideas of the design of bonsai and stones in *The Book of Longevity*. At the same time, the literary product creates a realm of flux by creating a specific

scent. "It is a structure of experience beyond the sense of smell, a whole-body way of aesthetic experience" [10].

Through the lens of participatory narrative, users no longer just watch the work, but become part of it. They feel the connotations and emotions of the work through first-hand experience and participation, thus creating a deeper connection with the work. This participatory approach to design makes cultural and creative products more engaging and interactive, while also enabling viewers to better understand and appreciate the value of culture and art, bringing aesthetic pleasure into their daily lives.

Shape, spirit, and meaning – a layered narrative text. The museum's collection of cultural objects and art treasures is a manifestation of the ideology and culture of its time, especially traditional craftworks that carry the essence of national and contemporary cultural thought in terms of shape, color, and pattern. As a link between society's past and present, museum artifacts are a vivid record of the cultural history of mankind. Narrative museum artifacts often reflect the cultural connotations of religious beliefs, regional cultures, and customs. The choice of narrative text should not be confined to the shape of the artwork, but should also dig deeper into the stories behind the collection. For example, the 'grape' and 'bird, and flower motifs in the Shaanxi History Museum's collection have a meaning that goes far beyond the art form itself. Behind them lies the exchange and transmission of multi-ethnic cultures, as well as inter-regional economic and trade exchanges. By using this as the subject matter for the tabletop game, the user can gain a deeper understanding of the exoticism and aesthetics contained within.

Through a layered narrative text, the products go beyond the appearance of the artwork to convey cultural connotations. This approach stimulates the curiosity and imagination of users, giving them a more comprehensive understanding of the diversity and depth of culture. At the same time, by

combining historical stories with modern experiences, cultural and creative products can establish an emotional resonance with users, allowing them to feel the continuity and vitality of culture in the experience. Therefore, when designing narrative cultural and creative products, emphasis should be placed on selecting representative and connotative narrative texts to demonstrate the diversity and richness of culture. This layered narrative not only enhances the aesthetic experience of the user but also promotes the transmission and exchange of culture. By incorporating cultural connotations into the product, the cultural creation will become a vehicle to touch hearts and provoke thoughts, allowing users to deeply engage and perceive the charm of culture.

Virtual reality – a digital narrative device. In the age of mechanical reproduction, the aesthetic approach of the viewer has changed dramatically. The "flow of sound and picture" is a powerful, uninterrupted impact on the viewer, as the content rushes in like a tidal wave, shattering the calmness that used to characterize the silent observation of a work of art. The audience is constantly moving from 'wonder' to 'trembling' [12] as the senses are continuously stimulated. With the continuous development of digital technologies such as motion capture, 3D scanning, and virtual reality, the means of communication and presentation of museum cultural and creative products have become richer, broader, more diverse, and more convenient.

As shown in Fig. 4, the calendar based on augmented reality (AR) technology launched by the National Palace Museum is an example of this. By scanning the QR code attached to the calendar, users can learn about the cultural connotations of cultural relics and the aesthetics of life in the Forbidden City in the form of dynamic images and narration scenarios on their mobile phones. In recent years, digital cultural creation has become increasingly popular in the cultural and museum industry thanks to the development of virtual blockchain technology.

Digital cultural creations break through the limitations of time and space to achieve a fusion of visual, auditory, interactive, and communication and also cater to the aesthetic habits of younger consumer groups.

Digital narrative means have brought new possibilities for the creation and dissemination of cultural and creative products. Through digital technology, museum artifacts can be presented to audiences more vividly and interactively, allowing them to experience them in an immersive way. Virtual reality technology allows visitors to immerse themselves in a virtual museum space, interacting and experiencing the artifacts. And digital communication channels, such as social media and online platforms, allow cultural and creative products to be more widely distributed and reach a wider audience.

The development of digital narratives has not only enriched the form of cultural and creative products but also provided more opportunities for audiences to engage and interact. Audiences are no longer passive receivers, but subjects who can interact, explore and create cultural and creative products. This participatory experience enables viewers to understand and perceive cultural connotations in greater depth, deepening their understanding and emotional connection to heritage and art.

Using objects to express emotion – an emotional narrative language. Museum art collections often require a high level of expertise to appreciate the essence of the art. This has led to museum art being confined to a niche class, making it difficult for museum art to enter the lives of the general public. Nowadays, in the aesthetic context of the aestheticization of everyday life, it is particularly important to tell the cultural stories behind the collections in a narrative language that the public can understand. In this way, boring inscriptions and obscure masterpieces can be transformed into creative products through modern design language. In product design, the design language of color, material, and shape is also the narrative language of storytelling.



Fig. 3. Suzhou Museum Cultural and Creative Product – Narcissus Fragrance Diffuser Ornament [11]:
 a – enameled daffodil scent piece; b – packaging design for the elements
 of Zhang Wu Zhi; c – use of scenes illustrated

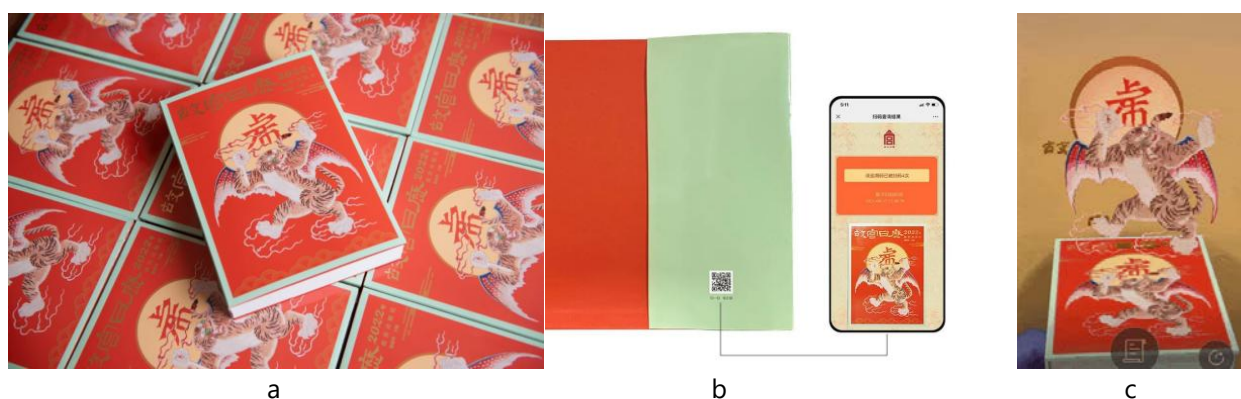


Fig. 4. The Palace Museum Creative Products – Palace Calendar, 2022 [13]:
 a – Palace calendar; b – AR scanning method; c – AR stereoscopic imaging



Fig. 5. Suzhou Museum Cultural and Creative Product – Tang Yin Tea Bag [15]

For their work on children's aesthetic education, the designers have designed a fun treasure-hunting research storybook for children. The colorful images and lively cartoons on paper lead the children on an unusual adventure and treasure hunt. It is certainly a booklet that draws on the booklet to express the feelings of children.

The designer realizes the aesthetic value of the product through the language of the design narrative. The aesthetic value of a product can be considered as an intangible attribute of a product with a certain utilitarian nature under certain conditions with the material as the carrier to meet the aesthetic needs of consumers as the main purpose [14]. In design, the beauty of the atmosphere to be expressed by the product needs to be realized based on physical constructs. The core of the narrative in product design includes the concept, the choice of materials, and the understanding of shape, color, and light, but also involves the perception of the natural environment and the care of human activity, as well as a review of culture. The atmosphere is diffuse and emotional. Interesting and vivid narrative language can evoke emotional resonance in the user, as in Figure 4.2, which shows the design of a 'Tang Yin bubble' tea bag for the Suzhou Museum. The designer uses this to focus on the current situation and mental state of the 'working man' and creates a cartoon image with the storybook 'A Short Biography of Tang Bohu' to provide some spice to the life of the 'working man'. Instead of focusing on the objects, the design focuses on the human emotions that the objects contain and uses an emotional narrative language to relay the aesthetic meaning of traditional culture, to emote and beautify people.

Conclusions. 'Atmosphere' is a new turn in contemporary aesthetics, with its multiple characteristics of presence, diffusion, uncertainty, and immersion. As an important way of creating atmosphere, narrative design

can transform objects into events, and through the use of a unique design narrative language and means, the objects can display their unique charm. From the perspective of atmospheric aesthetics, the construction of narrative strategies for museum cultural and creative products helps to explore the cultural and aesthetic value of museum collections and is also important for the promotion of aesthetic education in museums and the popularisation of museum aesthetics. In addition, the cross-cultural qualities of atmospheric aesthetics are also important for the development of regional cultural dissemination and cultural diversity.

By exploring in-depth aspects of museum cultural and creative products, such as the meaning of form and spirit, real and imaginary, borrowing things to express emotions and the emotional narrative language, we can better understand the importance and value of museum cultural and creative products in contemporary society. These narrative strategies not only enable people to better understand and appreciate the cultural connotations of cultural relics but also bring museums closer to the public and promote cultural heritage and aesthetic education. As technology advances and aesthetic perceptions change, we look forward to seeing more innovative narrative approaches and tools emerge, so that museum cultural and creative products can continue to play their unique charm and role in an evolving era.

Through the above discussion, the author proposes that, under the perspective of atmosphere aesthetics, four narrative design strategies, namely, "being there – participatory narrative perspective", "shape, spirit and meaning – hierarchical narrative text", "virtual and real – digital narrative means", and "borrowing things to express feelings – emotional narrative language", can create an atmosphere and explore the aesthetic value of the museum's cultural and creative products.

Література:

1. 贾红雨. 感性学—美学传统的当代形态——格诺特·波默“气氛美学”研究. *文艺研究*. 2018(1). 17-20.
2. 甘诺特·波默. 杨震. 气氛—作为一种新美学的核心概念. *艺术设计研究*. 2014(01). 5-15.
3. 王海亚. 基于体验层次的文创产品叙事设计研究. *包装工程*. 2020. 41(16). 330-335. DOI: [10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.052](https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.052)
4. 何人可. 葛唱. 基于叙事理论的理财产品信息传达设计研究. *包装工程*. 2017. 38(10). 105-109. DOI: [10.19554/j.cnki.1001-3563.2017.10.024](https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2017.10.024)
5. 赵淑华. 张力丽. 博物馆文创产品叙事性设计方法. *美术大观*. 2016. (05). 102-103.
6. 河南省文化和旅游厅. “文物修复大师”迷倒网友一片. 2021. URL: <https://hct.henan.gov.cn/2021/08-24/2299219.html>
7. (德) 甘诺特·波默著. 《气氛美学》. 贾红雨译. 北京. 中国社会科学出版社. 2018. 290.
8. 杨倩.(2023).论“日常生活审美化”中的深层次危机性问题. *商洛学院学报*. (03). 43-47+71. DOI: [10.13440/j.slxy.1674-0033.2023.03.007](https://doi.org/10.13440/j.slxy.1674-0033.2023.03.007)
9. 王茜.从“气韵”到“气氛”：走向日常感知世界的审美现象学. *江西社会科学*. 2019. 39(11). 84-93.
10. 刘利平. 张阿维. 基于场景化思维的博物馆文创产品设计策略研究. *包装工程*. 2023. 44(10). 377-382. DOI: [10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.10.043](https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.10.043)
11. 苏州博物馆淘宝旗舰店. 水仙清供香薰. 2022. URL: <https://detail.tmall.com/item.htm?abbucket=0&id=706718239815&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.1e40523cb11Hly>
12. 胡南. 论气氛的在场与制造 – 以舞台美术为例. *艺术设计研究*. 2023(01). 123-128.
13. 商汤科技解锁2022年《故宫日历》新玩法. AI + AR让文物“活”起来. 2021. URL: <https://www.icloudnews.net/a/47305.html>
14. 王雪. 袁乐. 新美学视角下的瑶族博物馆衍生品探析. *戏剧之家*. 2021(25). 193-194.
15. 苏州博物馆文创-唐寅泡茶包. 2021. URL: <https://detail.tmall.com/item.htm?abbucket=0&id=589474913914&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.1e40523cb11Hly>

References:

1. Jia, H. (2018). Sensibility Studies: Contemporary Forms of Aesthetic Tradition – A Study of Gernot Böhme's "Aesthetic of Atmosphere". *Literary Research*, 2018 (1): 17-20.
2. Gernot, B., Yang, Z. (2014). Atmosphere: The Core Concept of a New Aesthetics. *Art and Design Research*, 2014 (01): 5-15.

3. Wang, H. (2020). Narrative Design of Cultural and Creative Products Based on Experience Level. *Packaging Engineering*, 41(16): 330-335. DOI: [10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.052](https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.052)
4. He, R., Ge, C. (2017). Research on Information Communication Design of Financial Products Based on Narrative Theory. *Packaging Engineering*, 38(10): 105-109. DOI: [10.19554/j.cnki.1001-3563.2017.10.024](https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2017.10.024)
5. Zhao, S., Zhang, L. (2016). Methods of Narrative Design for Museum Cultural and Creative Products. *Fine Arts Observation*, 2016(05): 102-103.
6. Henan Provincial Department of Culture and Tourism. The "master of cultural relics restoration" fascinated netizens. 2021. URL: <https://hct.henan.gov.cn/2021/08-24/2299219.html> (Last accessed: 05.06.2022).
7. Gernot, B. (2018). The atmosphere as Aesthetic Concept. Translated by Jia Hongyu. Beijing: China Social Sciences Press, 290.
8. Yang, Q. (2023). On the Deep-rooted Crisis in the "Aestheticisation of Daily Life". *Journal of Shangluo College*. (03). 43-47+71. DOI: [10.13440/j.slxy.1674-0033.2023.03.007](https://doi.org/10.13440/j.slxy.1674-0033.2023.03.007)
9. Wang, Q. (2019). From "Qi Yun" to "Atmosphere": Towards an Aesthetic Phenomenology of Everyday Perceptive World. *Jiangxi Social Sciences*, 39(11): 84-93.
10. Liu, L., Zhang, A. (2023). Design Strategies of Museums' Cultural and Creative Products Based on Scenario Thinking. *Packaging Engineering*, 44(10): 377-382.
11. Suzhou Museum Taobao Flagship Store Narcissus Clear Incense. 2022. URL: <https://detail.tmall.com/item.htm?abbucket=0&id=706718239815&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.1e40523cb11Hly> (Last accessed: 05.06.2022).
12. Hu, N. (2023). On the Presence and Manufacture of Atmosphere – Take Stage Art as an Example. *Art and Design Research*, 2023(01): 123-128.
13. Shang Tang Technology unlocks new ways to play the 2022 Forbidden City Calendar, AI + AR makes cultural relics "come alive". 2021. URL: <https://www.icloudnews.net/a/47305.html> (Last accessed: 05.06.2022).
14. Wang, X., Yuan, L. (2021). Analysis of Derivatives of Yao Ethnic Museum from the Perspective of New Aesthetics. *Theater Home*, 2021(25): 193-194.

15.Suzhou Museum Cultural and Creative Product – Tang Yin Tea Bag. 2021. URL: <https://detail.tmall.com/item.htm?abbucket=0&id=589474> 913914&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.1e40523cb11Hly (Last accessed: 08.06.2022).

^{1,2} ЦЗЯН Ю., ¹ПАШКЕВИЧ К. Л.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Шеньсійський університет науки і технологій, Сіань, Китай

ДОСЛІДЖЕННЯ МУЗЕЙНОГО КУЛЬТУРНО-КРЕАТИВНОГО ПРОДУКТУ З ТОЧКИ ЗОРУ НАРАТИВНОГО ДИЗАЙНУ ТА АТМОСФЕРНОЇ ЕСТЕТИКИ

Мета дослідження полягає в розкритті естетичної цінності музейних культурних і креативних продуктів і аналізі принципів створення атмосфери музею через наративний дизайн з точки зору естетики атмосфери задля задоволення естетичних потреб відвідувачів музеїв і сприяння подальшому розвитку музейної освіти.

Методологія дослідження є міждисциплінарною, що приймає атмосферну естетику як дослідницьку перспективу та поєднує огляд літератури та емпіричні дослідження для детального розгляду теми.

Результати. Дослідження забезпечує комплексний аналіз наративних елементів і характеристик музейних культурних і творчих продуктів, пропонує підходи до наративного дизайну та висвітлює елементи, методи та стратегії наративного дизайну.

Наукова новизна. У дослідженні стратегія наративного дизайну музейних культурних і креативних продуктів обговорюється з точки зору атмосферної естетики, а також побудована наративна модель дизайну музейних культурних і креативних продуктів з точки зору атмосферної естетики.

Практичне значення. Досліджуючи аспекти музейної культурної та креативної продукції, такі як значення форми, духу та емоційну мову оповіді, можна краще зрозуміти важливість і цінність музейної культурної та творчої продукції в сучасному суспільстві.

Ключові слова: атмосферна естетика; музейна культурно-креативна продукція; культурна спадщина; мистецька освіта; культура; дизайн продукту.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Цзян Юаньді, аспірантка, Київський національний університет технологій та дизайну, Шеньсійський університет науки і технологій, Китай, ORCID 0000-0001-6581-0950, **e-mail:** 445546875@qq.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професорка, завідувачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** pashkevich.kl@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Jiang Y., Pashkevych K. L. Research on Museum Cultural and Creative Product from the Perspective of Narrative Design and Atmospheric Aesthetics. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 24–34.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.2>

Citation APA: Jiang, Y., Pashkevych, K. L. (2023) Research on Museum Cultural and Creative Product from the Perspective of Narrative Design and Atmospheric Aesthetics. *Art and design*. 3(23). 24–34.

УДК 766:050

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.3.

^{1,2} MA N., ² KHYNEVYCH R.¹ Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an City, China² Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

MODERN TRENDS IN INTELLIGENT CHATBOT DIGITAL VISUAL IMAGE

Purpose. Study the digital visual image of intelligent chatbots as a sample, analyze the design trends of the digital image of chatbots and direct the design practice to improve user interaction.

Methodology. In the study, the method of combining literature review and empirical research is adopted. Through the analysis of existing research literature and the collection and analysis of existing design cases, the trend of digital visual image design style of intelligent chatbots is discussed.

Results. Design options for digital visual images of chatbots were analyzed, and their comparative classification was created. Based on the study of the directions of evolution of the design of the digital image of the intelligent chatbot, the main types of stylistic solutions have been determined – from traditional to abstract/anthropomorphic.

Scientific novelty. The research aims to explore the latest trends and innovative design ideas in digital image design to meet the needs of users and the challenges of technological progress, create unique and attractive images of intelligent chatbots for users, and realize a new human-computer interaction experience.

Practical significance. The results provide guidance and suggestions for innovative design of digital visuals for chatbots aimed at creating more attractive, friendly and effective digital images, as well as increasing the practical value of the application and user satisfaction of chatbots.

Keywords: design; digital image; human-computer interaction; visual design; intelligent chatbot.

Introduction. In recent years, the rapid development of artificial intelligence (AI) and natural language processing (NLP) technologies has led to the widespread use of intelligent chatbots. Designed to interact with users via text or voice, these chatbots have become integral to a variety of industries including customer service, healthcare, and education. As chatbots continue to grow, there is a growing awareness of the importance of their visual presence – the digital avatar. The digital visual image of a chatbot is its visual avatar, representing its personality and facilitating human-machine interaction. Digital visual identity design plays a vital role in shaping the user's perception, attitude, and experience during an interaction. The purpose of this study is to deeply study the field of the digital visual image design of intelligent chatbots, explore the latest style trends and innovative design ideas of digital image design, and improve the effectiveness and user acceptance of chatbot technology. Ultimately, this research helps advance the design of

intelligent chatbots and their practical applications in various fields.

Analysis of previous research. The use of chatbots has gained significant attention in recent years, with researchers exploring various aspects related to user perception and design considerations [1]. Mohit Jain et al. [2] conducted a study investigating users' interactions with chatbots on the Facebook Messenger platform, highlighting the need for further investigation into user perception and factors that contribute to a positive attitude towards this emerging technology.

The authors [3] approached chatbot design from a social relationship perspective, specifically targeting younger consumers. Their study utilized a factorial design to examine the effects of visual cues (avatar presence vs. absence) and interaction styles (social-oriented vs. task-oriented) on social presence and its impact on millennials' perceived enjoyment, trust, and attitude towards chatbots. To evaluate the effectiveness of chatbots in specific contexts, Höhn and Bongard-Blanchy

proposed a heuristic evaluation framework for COVID-19 chatbots [4]. Based on Nielsen's heuristics, they adapted the framework to suit the conversational interface context, facilitating the evaluation of chatbot performance.

Choi et al. developed ProtoChat, a prototype system that supports iterative conversation design [5]. This system allows designers to prototype conversations, test them with the crowd, and analyze the crowdsourced conversation data, enabling an iterative design process. Considering the impact of sensory experiences on user interaction, Lee explored the integration of olfactory senses in the design of smart devices to create emotional experiences [6]. By incorporating the olfactory sense, designers can enhance the user-device relationship. Khurana et al. implemented two chatbots, ChatrEx-VINC and ChatrEx-VST, for complex spreadsheet tasks [7]. Their comparative observational study demonstrated that both chatbots improved users' understanding of breakdown reasons and enhanced perceptions of usefulness, transparency, and trust.

The authors [8] investigated the use of chatbots to enhance hazard awareness in the construction industry using an artificial intelligence-based eye-tracking tool. Their research focused on the unique challenges posed by chatbot development and the importance of studying human-AI interaction and its impact on user experience. Silva and Canedo aimed to uncover chatbot conversational practices and their impact on users, with the goal of developing a web guide to support designers in creating effective chatbot conversations [9]. Additionally, scientists [10] assessed the usability and credibility of a web-based chatbot called Vira among young adults and health workers in the United States. Their study focused on evaluating the effectiveness of the chatbot, which was developed by the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health and IBM Research using natural language processing

technology. These studies, along with influential work by Durak, contribute to the understanding of chatbot design, user perception, and the impact of chatbots on various industries and user experiences [11]. Further research in this area is essential to advance the field of human-AI interaction and improve the design and implementation of chatbot technologies.

The research and design of intelligent chatbots cover different aspects of chatbot design and applications. The technical terms involved in the above research include social relationship perspective, visual cues, task orientation, social orientation, heuristic evaluation, prototyping systems, sensory design, artificial intelligence, eye tracking, natural language processing, etc. [12]. These technical terms are all key concepts and tools related to chatbot design and development. Cicco explores the impact of the anthropomorphic design of digital avatars on the user experience of chatbots. Using a factorial design approach, the study examines the impact of visual cues (presence or absence of a digital presence) and interaction style (social-oriented versus task-oriented) on social presence and how this enhances millennials' perceived enjoyment, trust in chatbots, and attitude [3]. Cicco only explored the impact of the anthropomorphic design of digital avatars on millennials, but did not study other types of digital avatars. Also, the study only used one chatbot platform (Facebook Messenger) and did not explore whether the effect was the same on other platforms. This paper [13] mainly studies the digital visual image of intelligent chatbots on different platforms, summarizes the style trends of design, and provides useful guidance and suggestions for designers when designing innovative practices, at the same time improves user satisfaction, user acceptance, and the actuality of chatbots.

Statement of the problem. Design trend forecasting analysis is an oriented research activity, which can see the market dynamics, and at the same time find the design

development direction and obtain new innovative design opportunities. However, the exploration of design style trends in the field of visual image design of intelligent chatbots is not perfect. Therefore, this study takes the digital visual image of intelligent chatbots as the research object and summarizes the design style trend of digital images of chatbots through the collection and analysis of existing design cases. , guiding design practices to improve their user experience and acceptance.

The results of the research and their discussion. With the rapid development of machine learning, artificial intelligence, natural language processing, and other technologies in the computer field, various forms of chatbots have emerged [4]. Machine learning provides a new information retrieval method and development framework for the development of chatbots, and gradually realizes intelligent and personalized functions. There are two main types of intelligent chatbots, one is physical chatbots; the other is system-embedded conversational software, such as OpenAI's ChatGPT, Amazon's Echo and Alexa, Apple's Siri, Microsoft's Cortana, and China Momentum Zhengsheng's Xiaomi's Xiao Ai, Huawei's Xiaoyi, and a series of chatbot applications developed by large service platform providers.

In recent years, to bring people a better user experience, the visual digital image design style of intelligent chatbots has changed from mechanization to anthropomorphism, and more and more attention has been paid to interactive design. For example, digital avatars can communicate more vividly and intuitively with users through animation effects, sound and tactile feedback, and enhance users' sense of participation and experience. The early digital image design of intelligent chatbots tended to be more mechanical and machine-like, emphasizing its technical characteristics. However, with the further development of human-computer interaction, designers began to incorporate more interactive elements into digital images. Take Apple's Siri as an example. When Siri appeared in 2011, it was a simple

microphone shape. It was composed of two-dimensional rectangular shapes with a relatively single-color composition, which was very similar to Apple's design concept at that time. In 2013, Apple updated Siri's digital visual identity. The shape of the updated Siri has changed from a simple microphone icon to a changing wavy stripe, and the color has changed to a combination of red, green, and blue gradients. This change makes Siri more technological than the simple icon shape, and it is more in line with the connotation of artificial intelligence. In 2016, the visual image of Siri evolved from the transformation of lines to the change of surfaces, and the red, green, and blue gradient color blocks can change with the sound. This change not only makes the visual sense more refined, but also makes the display more cool and improves the user's trust (Fig. 1).

In addition, with the continuous advancement of technology, the functions of intelligent chatbots are becoming more and more powerful, so the design of digital visual images also needs to take more into account the user's usage scenarios and needs [14]. At the same time, digital visual image design also needs to take into account factors such as the user's aesthetic taste and cultural background, to better meet the needs of users. Digital visual images not only start to have human appearance characteristics, but also show emotional expressions and body movements, making chatbots more human and easier to establish emotional connections with users. Digital visual images can have a more friendly and intimate appearance, and at the same time pay more attention to the expression of emotion and tone in the communication process, to better meet the needs of users [15].

The visual image design styles of intelligent chatbots can be divided into three categories: traditional images, abstract images, and anthropomorphic images. Traditional image: The digital image design of traditional intelligent chatbots is usually mechanical and indifferent, similar to the appearance of a chatbot or computer (Fig. 2). This design style

mainly emphasizes the functionality and practicality of the chatbot, rather than the emotional communication with the user. In the traditional design, the appearance of the chatbot may adopt tough lines and geometric shapes, showing a sense of technology and the future. Common elements include metal casings, mechanical structures, light indicators, etc. The purpose of this design style is to emphasize the intelligence and technicality of the chatbot, so that users can focus more on the chatbot's functions and tasks when interacting with the chatbot. The advantage of the traditional design lies in its simple and clear appearance and intuitive function display. This design style is suitable for many scenarios, such

as customer service chatbots, self-service terminals, industrial chatbots, etc. Their appearance design usually matches the function and usage environment of the equipment to provide an efficient operating experience. However, conventional designs also have some limitations. Due to its mechanized and indifferent appearance, it may lack humanity and affinity, and it is difficult to establish an emotional connection and user identification. However, although there are certain limitations in emotional communication, the traditional design has certain advantages in providing a concise and clear operating experience and meeting the needs of specific scenarios.



Fig. 1. Design changes of Siri's digital visual image from 2011 to 2016

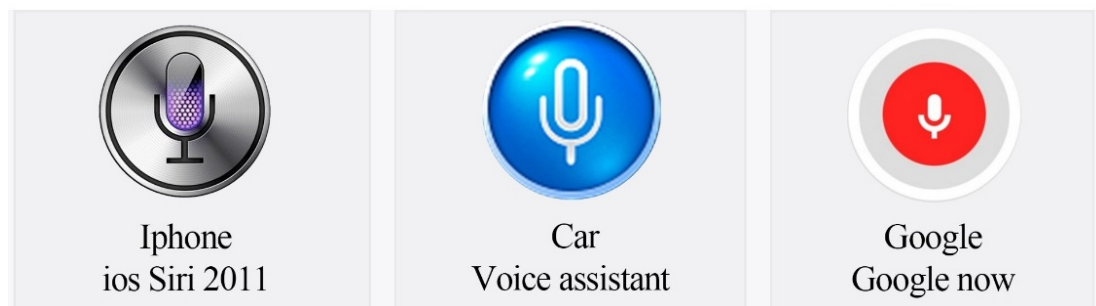


Fig. 2. Traditional images



Fig. 3. Abstract images

Abstract image: The digital visual image design of an abstract intelligent chatbot usually adopts some abstract graphics, symbols, or patterns, and adds some dynamic special effects to express the functions or characteristics of the chatbot while increasing the vividness and interest of the visual image (Fig. 3). This design style mainly emphasizes the simplicity and easy identification of digital visual images, making it easier for users to understand and use chatbots, and more willing to interact with digital images, thereby improving user participation and experience, and leaving a deep impression on users. The design style of abstract digital images emphasizes the functions or characteristics of digital visual images and pays more attention to the expression and communication of digital visual images, rather than the emotional communication with users [16]. At the same time, abstract digital visual images make also easier to carry out brand marketing, making it easier for users to remember brands and chatbots. Therefore, abstract digital images are suitable for those scenes that pay more attention to practicality and functionality.

Anthropomorphic image: The digital visual image design style of an anthropomorphic intelligent chatbot mainly emphasizes the emotional communication and interaction between the digital image and the user, making it easier for the user to have a sense of intimacy and trust (Fig. 4). In some cases, users may be more inclined to interact with an anthropomorphic chatbot because an anthropomorphic design can better meet human emotional needs and expectations for social interaction. This design style usually adopts human-like appearance and characteristics, such as facial expressions, body language, etc., to simulate the way humans communicate with each other. The design style of anthropomorphic digital visual images can make it easier for users to communicate and interact emotionally with digital images, thereby improving user satisfaction and loyalty. In addition, anthropomorphic digital images can also enhance brand image and brand

recognition, making it easier for users to remember and follow the brand. However, the design style of the anthropomorphic digital image also has some disadvantages, such as relatively difficult design and relatively high cost. Therefore, when choosing a digital visual image design style, it is necessary to comprehensively consider various factors and choose the design style that is most suitable for your brand and users [17].

From the perspective of a time dimension, these three types of designs follow the evolution path of "traditional type – abstract type/anthropomorphic type" (Fig. 5). Combining the evolution path of design style types and the advantages and disadvantages of types, it can be seen that the design of the digital visual image of intelligent chatbots in the industry is paying more and more attention to the expression of brand personality, the concept of AI, and the humanities of technological products. Caring and emotional experience, which also reflects the transition process from traditional mechanical command design to modern artificial intelligence emotional design.

Conclusions. Intelligent chatbots have become an important part of the modern human-computer interaction field. They not only play a key role in business and personal life, but also provide strong support in education, health care, and other fields. In this rapidly developing field, the digital visual image design style of intelligent chatbots has undergone significant evolution, from traditional images to abstract and anthropomorphic images. This change has had a profound impact on the human-computer interaction experience. In the past, most chatbots were perceived as robotic and cold. Their appearance is usually abstract, focusing more on functionality and practicality. This traditional image emphasizes the technical characteristics of robots but has certain limitations in terms of emotional communication and user participation. It is often difficult for users to establish emotional connections and the interactive experience is relatively weak.

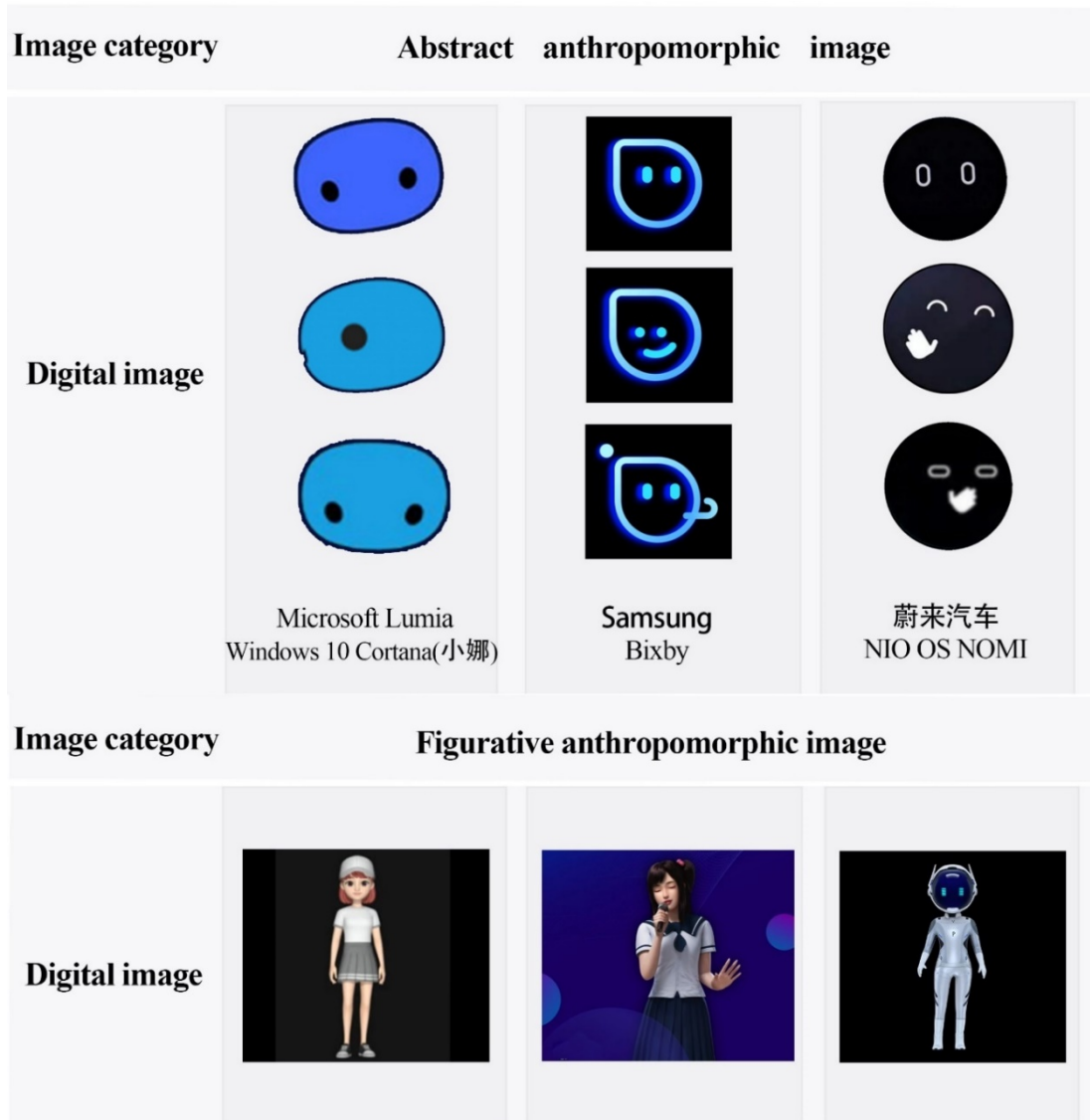


Fig. 4. Anthropomorphic images

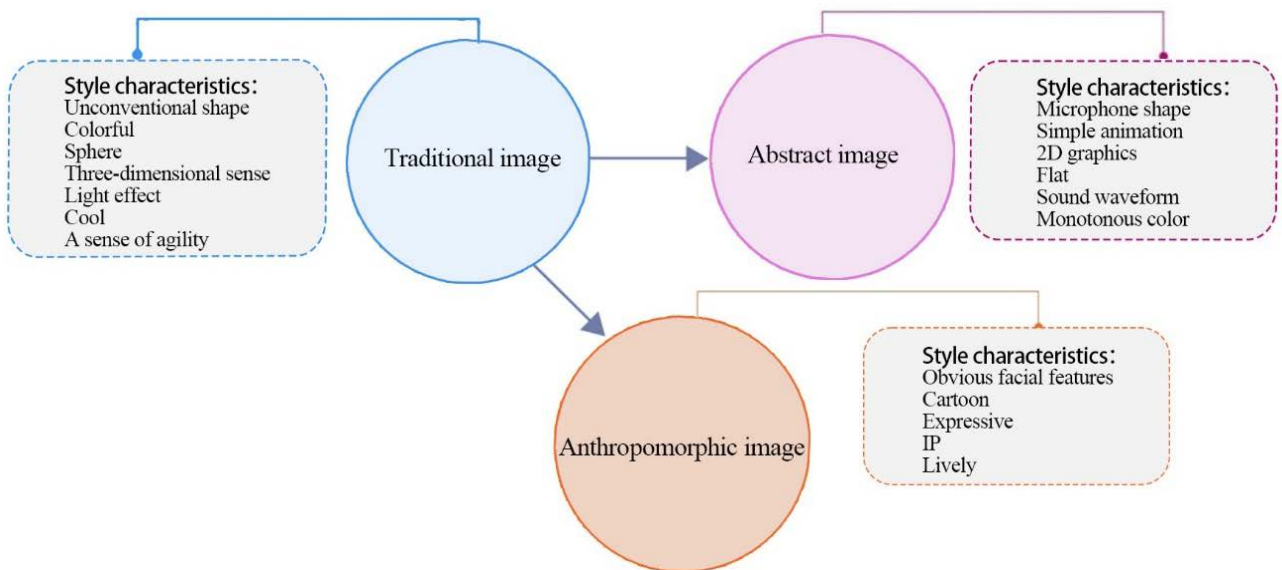


Fig. 5. Trends and characteristics of digital visual image design for intelligent chatbots

However, with the continuous development of the field of human-computer interaction, the digital image design of intelligent chat robots has gradually shifted towards abstract and anthropomorphic images. A key reason for this trend is to improve user experience. By injecting more anthropomorphic design elements into digital images, designers are trying to shorten the distance between humans and machines and enhance the emotional connection with users. The design of the abstract image is more simple and easy to understand, making it easier for users to interact with the robot, thereby improving user engagement and user experience.

Significant progress has been made in the design of anthropomorphic figures. Now, the digital avatars of some chatbots not only have human appearance characteristics but also display emotional expressions and body movements, making the robots more human-like. This design style can make it easier for

users to communicate and interact emotionally with digital images, thereby improving user satisfaction and loyalty. For example, some digital avatars not only have facial expressions but can also simulate human body language, making interactions more natural and interesting.

In general, the design style of the digital visual image of intelligent chat robots has changed from traditional images to abstract and anthropomorphic images, which represents the development trend in the field of human-computer interaction. This change aims to improve the user experience and make interactions more natural, approachable, and fun. In the future, with the further development of technology, we can expect that the digital image design of intelligent chat robots will continue to evolve, bringing more intelligent, efficient, and humanized services and experiences to users.

Література:

1. Chaves A. P., Gerosa, M. A. How should my chatbot interact? A survey on social characteristics in human–chatbot interaction design. *International Journal of Human–Computer Interaction*. 2021, 37(8), P. 729–758. doi.org/10.1080/10447318.2020.1841438.
2. Jain M., Kumar P., Kota R., Patel S. N. Evaluating and Informing the Design of Chatbots. *Designing Interactive Systems Conference 2018*. 2018. P. 895–906. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3196709.3196735>.
3. De Cicco R., Silva S. C., Alparone F. R. Millennials' attitude toward chatbots: an experimental study in a social relationship perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 2020. 48(11). P. 1213–1233. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-12-2019-0406/full/html>.
4. Höhn S., Bongard-Blanchy K. Heuristic Evaluation of COVID-19 Chatbots, *International Workshop on Chatbot Research and Design*. 2021. P. 131–144. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-68288-0_9.
5. Choi Y., Shin H., Monserrat T. J. K., Lee N., Park J., Kim J. Supporting an iterative conversation design process. In: *Extended Abstracts of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 2020. P. 1–8. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3334480.3382951>.
6. Lee C. Olfactory sense as an object of design practice: designing for an emotional experience in the smart technology sector. *Design Journal*. 2020. 23(3). P. 463–474. doi.org/10.1080/14606925.2020.1745568.
7. Khurana A., Alamzadeh P., Chilana P. K. ChatrEx: Designing Explainable Chatbot Interfaces for Enhancing Usefulness, Transparency, and Trust. *Symposium on Visual Languages and Human-Centric Computing. IEEE Computer Society*. 2021. P. 1–11. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9576440>.
8. Regona M., Yigitcanlar T., Xia B., Li R. Y. M. Opportunities and adoption challenges of AI in the construction industry: a PRISMA review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022. 8(1). 45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S219985312201054X>.
9. Silva G. R. S., Canedo E. D. Towards user-centric guidelines for chatbot conversational design. *International Journal of Human–Computer*

Interaction. 2022. P. 1–23. doi.org/10.1080/10447318.2022.2118244.

10. Weeks R., Sangha P., Cooper L., Sedoc J., White S., Gretz S., ... Bar-Zeev N. Usability and Credibility of a COVID-19 Vaccine Chatbot for Young Adults and Health Workers in the United States: Formative Mixed Methods Study. *JMIR Human Factors*. 2023. 10, e40533. URL: <https://humanfactors.jmir.org/2023/1/e40533>.

11. Yildiz-Durak H. Conversational agent-based guidance: examining the effect of chatbot usage frequency and satisfaction on visual design self-efficacy, engagement, satisfaction, and learner autonomy. *Education and Information Technologies*. 2023. 28(1). P. 471–488. doi.org/10.1007/s10639-022-11149-7.

12. Haugeland I.K. F., Flstad A., Taylor C., Bjrkli C. F. Understanding the user experience of customer service chatbots: an experimental study of chatbot interaction design. *International Journal of Human-Computer Studies*. 2022. 161. 102788. doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102788.

13. Janssen A., Passlick J., Rodríguez Cardona D., Breitner M. H. Virtual assistance in any context: A taxonomy of design elements for domain-specific chatbots. *Business & Information Systems Engineering*. 2020. 62. P. 211–225. doi.org/10.1007/s12599-020-00644-1.

14. Caldarini G., Jaf S., McGarry K. A Literature Survey of Recent Advances in Chatbots. *Information*. 2022. 13(1), 41. doi:10.3390/INFO13010041.

15. Donkelaar L. How human should a chatbot be?: The influence of avatar appearance and anthropomorphic characteristics in the conversational tone regarding chatbots in customer service field, *Master's thesis*, University of Twente. 2018. URL: <https://essay.utwente.nl/76842/>

16. Toader D. C., Boca G., Toader R., Măcelaru M., Toader C., Ighian D., Rădulescu, A. T. The effect of social presence and chatbot errors on trust. *Sustainability*. 2019. 12(1), 256. doi.org/10.3390/su12010256.

17. Ashfaq M., Yun J., Yu S., Correia Loureiro S. M. I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. *Telematics and Informatics*. 2020. 54, 101473. doi:10.1016/j.tele.2020.101473.

18. Han M. C. The impact of anthropomorphism on consumers' purchase decision in chatbot commerce. *Journal of Internet Commerce*. 2021.

20(1). P. 46–65. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15332861.2020.1863022>.

References:

1. Chaves, A. P., Gerosa, M. A. (2021). How should my chatbot interact? A survey on social characteristics in human–chatbot interaction design. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 37(8), 729–758. doi.org/10.1080/10447318.2020.1841438.

2. Jain, M., Kumar, P., Kota, R., Patel, S. N. (2018). Evaluating and Informing the Design of Chatbots. *Designing Interactive Systems Conference 2018*, 895–906. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3196709.3196735>.

3. De Cicco, R., Silva, S. C., & Alparone, F. R. (2020). Millennials' attitude toward chatbots: an experimental study in a social relationship perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(11), 1213–1233. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-12-2019-0406/full/html>.

4. Höhn, S., Bongard-Blanchy, K. (2021). Heuristic Evaluation of COVID-19 Chatbots. *International Workshop on Chatbot Research and Design*, 131–144. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-68288-0_9.

5. Choi, Y., Shin, H., Monserrat, T. J. K., Lee, N., Park, J., Kim, J. (2020). Supporting an iterative conversation design process. *In Extended Abstracts of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–8. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3334480.3382951>.

6. Lee, C. (2020). Olfactory sense as an object of design practice: designing for an emotional experience in the smart technology sector. *Design Journal*, 23(3), 463–474. doi.org/10.1080/14606925.2020.1745568.

7. Khurana, A., Alamzadeh, P., Chilana, P. K. (2021). ChatrEx: Designing Explainable Chatbot Interfaces for Enhancing Usefulness, Transparency, and Trust. *Symposium on Visual Languages and Human-Centric Computing*. IEEE Computer Society, 1–11. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9576440>.

8. Regona, M., Yigitcanlar, T., Xia, B., Li, R. Y. M. (2022). Opportunities and adoption challenges of AI in the construction industry: a PRISMA review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and*

Complexity, 8(1), 45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S219985312201054X>.

9. Silva, G. R. S., Canedo, E. D. (2022). Towards user-centric guidelines for chatbot conversational design. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1–23. doi.org/10.1080/10447318.2022.2118244.

10. Weeks, R., Sangha, P., Cooper, L., Sedoc, J., White, S., Gretz, S., ... Bar-Zeev, N. (2023). Usability and Credibility of a COVID-19 Vaccine Chatbot for Young Adults and Health Workers in the United States: Formative Mixed Methods Study. *JMIR Human Factors*, 10, e40533. URL: <https://humanfactors.jmir.org/2023/1/e40533>.

11. Yildiz-Durak, H. (2023). Conversational agent-based guidance: examining the effect of chatbot usage frequency and satisfaction on visual design self-efficacy, engagement, satisfaction, and learner autonomy. *Education and Information Technologies*, 28(1), 471–488. doi.org/10.1007/s10639-022-11149-7.

12. Haugeland, I. K. F., Flstad, A., Taylor, C., Bjrkli, C. F. (2022). Understanding the user experience of customer service chatbots: an experimental study of chatbot interaction design. *International Journal of Human-Computer Studies*, 161, 102788. doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102788.

13. Janssen, A., Passlick, J., Rodríguez Cardona, D., Breitner, M. H. (2020). Virtual assistance in any context: A taxonomy of design elements for domain-

specific chatbots. *Business & Information Systems Engineering*, 62, 211–225. doi.org/10.1007/s12599-020-00644-1.

14. Caldarini, G., Jaf, S., McGarry K. (2022). A Literature Survey of Recent Advances in Chatbots. *Information*, 13(1), 41. doi:10.3390/INFO13010041.

15. Donkelaar, L. (2018). How human should a chatbot be?: The influence of avatar appearance and anthropomorphic characteristics in the conversational tone regarding chatbots in customer service field, *Master's thesis*, University of Twente. URL: <https://essay.utwente.nl/76842/>

16. Toader, D. C., Boca, G., Toader, R., Măcelaru, M., Toader, C., Ighian, D., Rădulescu, A. T. (2019). The effect of social presence and chatbot errors on trust. *Sustainability*, 12(1), 256. doi.org/10.3390/su12010256.

17. Ashfaq M., Yun, J., Yu S., Correia Loureiro, S. M. (2020). I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. *Telematics and Informatics*, 54, 101473. doi:10.1016/j.tele.2020.101473.

18. Han, M. C. (2021). The impact of anthropomorphism on consumers' purchase decision in chatbot commerce. *Journal of Internet Commerce*, 20(1), 46–65. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15332861.2020.1863022>.

^{1,2} МА Н., ² ХИНЕВИЧ Р.

¹ Шеньсїський університет науки і технологій, Сіань, Китай

² Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ВІЗУАЛЬНОГО ЗОБРАЖЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ЧАТ-БОТУ

Мета: вивчити цифрове візуальне зображення інтелектуального чат-боту як зразок, проаналізувати тенденції дизайну цифрового зображення чат-боту та скерувати практику проектування на покращення взаємодії з користувачем.

Методологія. У дослідженні використано метод поєднання огляду літератури та емпіричного дослідження. Завдяки аналізу існуючої дослідницької літератури та збору і аналізу існуючих проектних випадків обговорюються тенденції дизайну цифрових візуальних зображень інтелектуальних чат-ботів.

Результати. Проаналізовано варіанти дизайну цифрових візуальних зображень чат-ботів, створено їх порівняльну класифікацію. На основі вивчення напрямків еволюції дизайну цифрового зображення інтелектуального чат-боту визначено основні типи стильових рішень – від традиційного до абстрактного/антропоморфного.

Наукова новизна. Дослідження спрямоване на вивчення останніх тенденцій та інноваційних дизайнерських ідей у дизайні цифрових зображень, щоб задовольнити потреби користувачів і

виклики технологічного прогресу, створити унікальні та привабливі зображення інтелектуальних чат-ботів для користувачів і реалізувати новий досвід взаємодії людини з комп'ютером.

Практична значущість. Результати містять пропозиції щодо інноваційного дизайну цифрових візуальних зображень чат-ботів, направлені на створення більш привабливих, дружніх та ефективних цифрових зображень, а також на підвищення практичної цінності застосування та задоволеність користувачів чат-ботами.

Ключові слова: дизайн; цифрове зображення; взаємодія людина-комп'ютер; візуальний дизайн; інтелектуальний чат-бот.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Ma Нін, аспірантка, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; Шеньсійський університет науки і технологій, Китай, ORCID 0009-0006-9911-2628, **e-mail:** maningyhh@163.com

Хиневиц Руслана Вікторівна, канд. техн. наук., доцентка, доцентка кафедри мультимедійного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3130-5785, e-mail: h.ruslana.v@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Ma N., Khynevych R. V. Modern Trends in Intelligent Chatbot Digital Visual Image. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 35–44.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.3](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.3)

Citation APA: Ma, N., Khynevych, R. V. (2023) Modern Trends in Intelligent Chatbot Digital Visual Image. *Art and design*. 3(23). 35–44.

УДК 7.012

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.4.

^{1,2}QIANG W., ¹PASHKEVYCH K. L.¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine²Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an, China

DESIGN OF CULTURAL AND CREATIVE PRODUCTS IN ANKANG REGION FROM THE PERSPECTIVE OF REGIONAL CULTURE

The purpose of this study is to develop design for cultural and creative products based on the regional culture of each district and county in Ankang City, Shaanxi Province, China.

Methodology. This study utilizes an interdisciplinary research method. The theory of translation in linguistics and the three-layer structure of cultural attributes are integrated into the design of regional cultural and creative products, and the material, spiritual, and behavioral elements of local culture are translated into the form, semantics, and function of cultural and creative products, respectively. By using this method, various local cultural elements are mined and integrated into product design to increase the sense of cultural identity.

Results. Based on the research status of regional material or immaterial culture and the current situation of local development in Ankang, Shaanxi Province, we explore the practical significance and value of integrating regional cultural elements into cultural and creative products, introduce design translation theory and cultural triple structure, use the local cultural characteristics of Ankang to enhance the added value of cultural and creative products, strengthen the cultural identity of tourists, and help the heritage and development of Ankang regional culture in the era.

Scientific novelty. In this study, we adopt the transliteration theory to analyze the regional cultural elements from multiple perspectives and present them through visual forms. It has been proved that the translation theory can highlight the regional characteristics of cultural and creative product design from multiple dimensions.

Practical significance. Transcreation theory combined with cultural triple architecture can be used in the development of cultural and creative products in other regions, thus establishing a more complete regional culture discovery and presentation as an important tool. Second, by developing cultural and creative products in the Ankang region, the local city image can be established and the development of related tourism industries can be promoted.

Keywords: design of cultural and creative products; transcreation theory; graphic design; product design; an illustration; a keychain; cultural triple architecture; Ankang region.

Introduction. The design of cultural and creative products is a complex cross-discipline, and its process involves the integration of material and immaterial cultures. The cultural and creative products of nine counties and one district in Ankang, which have been developed in various forms such as innovation of local characteristics culture, reflect to some extent the changes, inheritance and development of the regional folk customs and humanistic style in southern Shaanxi. It is a representation of regional traditional culture, and also reflects the humanistic framework from the inside out, such as material life, aesthetic consciousness, and political system [2].

Despite the good trend of regional cultural and creative industries in recent years,

the cultural and creative product design in Ankang region of Shaanxi is still in its initial stage, and most of its research is on superficial external aesthetics, showing the serious phenomenon of aesthetic homogeneity and the lack of regional characteristics. The art characteristics of southern Shanxi carried by the Qinba region are not reflected. This paper attempts to translate the innovative design of Ankang cultural and creative products in material, spiritual and behavioral aspects from the perspective of regional culture, and design a set of cultural and creative products that can reflect the regional cultural characteristics of Ankang, with a view to providing useful reference for the innovative development of cultural and creative products in other regions.

Analysis of previous researches. The study of regional culture is the source of the intrinsic value of cultural and creative products and the embodiment of their spiritual core, so a deep understanding of the unique local culture is required at the beginning of design activities. Regional culture is an open system that flows in the past, modernity and future of a specific region, and it is also the internal driving force and source of wisdom for regional historical development and cultural innovation [7].

S. Z. Lin et al. [5] abstractly analyzed the semantic elements available in regional culture in conjunction with product semantics, classified their attributes for the abstract cultural elements in regional culture, and established the semantic element base of regional culture.

L. Zhang et al. [12] discuss the concept, form and nature of cultural and creative products from the perspective of the relationship between regional culture and cultural and creative product design, and elaborate the application of regional culture in cultural and creative product design to provide strategies for regional cultural and creative product design and an effective path for the long-term development of regional culture.

K. Zhang et al. [11] systematically studied Yuanjia Village from the perspective of the "authenticity" of regional culture, focusing on the connotation of regional culture, and analyzed the problems of optimizing the expression of regional culture in landscape design from the perspectives of appropriate spatial scale, integration of spatial environmental resources, and overall rural cultural expression atmosphere. The above research on regional culture from different scales and directions provides a certain reference value for the application of translation theory in this paper.

In terms of research on cultural and creative products, the current process of cultural and creative product design that has formed a consensus in the academic community and is often used can be

summarized as refining cultural characteristics, positioning design concepts, and developing product design [1], while scholars are still actively exploring design paradigms for regional cultural and creative products.

Y. X. Wang [10] elaborates specific and feasible strategies for cultural and creative product design from the perspectives of environmental protection, intensification and sustainable development, which provides theoretical support for scholars and designers engaged in research on cultural and creative product design to develop more cultural and creative products with cultural color.

X. Wang et al. [9] used a hierarchical analysis process to analyze user needs and applied the results to product design practices to design Cantonese language creation products that better meet visitors' needs. Y. J. Lee [4] explores the unique cultural elements of remote areas to develop cultural and creative products that fit the local cultural image in terms of culture, creativity, art and function.

Studies on the design and development of cultural and creative products in Ankang, Shaanxi Province, are relatively few and mostly focused on specific categories. X. W. He [3] took Ankang city gift design as an example, through research and interview, selected the "gilt copper silkworm" as the core element of the city's regional cultural "IP"; using association, reconstruction and other stylistic design techniques, transformed it into a model that fits the characteristics of plush toys, and implanted it in the form of folk embroidery. The design was transformed into a shape that fits the characteristics of the plush toy by using association and reconstruction, and implanted in the form of folk embroidery to give it a unique regional cultural connotation and formal beauty.

X. C. Li et al. [6] analyzed the advantages and disadvantages of the plush toy industry in Ankang, and finally discussed the countermeasures and suggestions for the high-quality development of the toy industry.

However, in the existing research on Ankang cultural and creative products, most of them are applied to a certain industrial manufacturing field from the perspectives of industry and history, while the innovative design research and regional expression of Ankang cultural and creative products are still in the exploratory stage when local art is popularized and commercialized, and more scholars and designers are needed to conduct more in-depth thinking and research. Therefore, when combining regional culture with Ankang cultural and creative products, we should start from the perspective of creative transformation of regional symbols and cultural connotation excavation, highlighting the unique regional temperament image, so as to greatly enhance the cultural confidence of traditional national art.

Statement of the problem. This study focuses on the respective regional cultures of nine counties and one district in Ankang City, Shaanxi Province, and combines the three levels of form, semantics and function in the theory of cultural translation, and through research, translates the local cultures of ten administrative regions in Ankang into the above three levels, and finally forms ten specific visual images, which are used in the design of tourism cultural and creative products.

Results of the research. The regional cultural characteristics of different parts of Ankang were translated to form the results of three levels: material, behavioral and spiritual, and used in the design of the tourism cultural and the creative keychain.

Ankang is located south of the Qinling Mountains in China, and the Han River, the longest tributary of the Yangtze River, passes through the city. Together with the local mountainous geographical environment divides Ankang into ten administrative regions, each of which has developed unique natural geographical environment and cultural characteristics. The innovative design of cultural and creative products in Ankang region has both theoretical and practical implications: theoretically, in the context of Chinese culture,

supporting and developing the culture of southern Shaanxi can improve the cultural and creative industry system of Shaanxi Province, thus shaping the unique humanistic spirit of Shaanxi; practically, developing relevant cultural and creative products can promote the product transformation of cultural elements, thus increasing the added value of regional cultural products in southern Shaanxi.

The term "transliteration" in linguistics refers to the act of translation with the help of mediated texts. In previous research on the design of cultural and creative products, the concept of "transliteration" has been extended to the innovative act of transforming cultural elements into culturally specific product elements through design language [8]. In addition, according to Donald A. Norman's three-level theory of design [13], the elements of Cantonese opera cultural and creative products can be divided into three aspects: form, semantics, and function. In summary, the following three levels corresponding to the product and culture are introduced: form translation at the material level, semantic translation at the spiritual level, and functional translation at the behavioral level. The corresponding relationships are shown in Fig. 1 (drawn by the author).

The material aspects of Ankang cultural elements are mainly composed of obvious physical elements such as landscape, city layout, famous monuments, Chinese opera, dragon boat, tea, food, etc.; designers need to translate these elements with the most southern Shaanxi characteristics into the formal elements of product carriers, i.e. shape, pattern, material, etc. through color extraction, pattern reconstruction and shape innovation, so that consumers can intuitively perceive the regional cultural characteristics of Ankang when consuming and enjoying the cultural and creative products. In this way, consumers can intuitively perceive the regional cultural characteristics of Ankang in the consumption and appreciation of cultural and creative products. Tab.1 shows the introduction of some material culture in Ankang area.

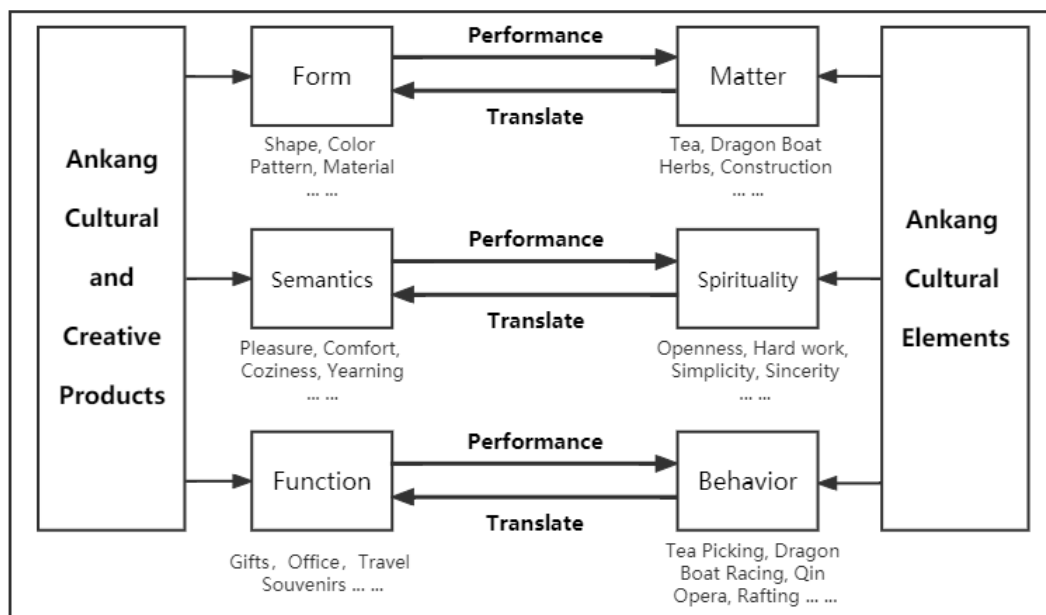







Fig. 1. Three levels of transliteration of Ankang cultural and creative products

Table 1

Introduction of some material culture in Ankang area

No.	Region	Image	Introduction Description
1	Hanbin District		The Ankang dragon boat is a wooden boat in the shape of a dragon. The dragon boat is light and handy, decorated with a raised dragon head at the front and a dragon tail at the back end, and the sides of the boat are decorated with scale patterns or water wave patterns, which has a unique flavor.
3	Ziyang County		Ziyang, Shaanxi Province, has many mountains and water, and is rich in products, of which Ziyang tea is one of the most well-known. Ziyang produced tea in the Upper Gubernia period, tea trade appeared in the Western Han Dynasty, Shannan tea was listed as a tribute in the Tang Dynasty, and tea was exchanged for horses in the Song and Ming Dynasties.
4	Zhenping County		Zhenping bacon curing technique is listed in the fourth batch of intangible cultural heritage in Shaanxi Province. The color of bacon is bright red, the meat is firm and elastic, fat and lean, and the cooked meat is strong and has a rich and mellow original taste of pork.
5	Lanyang County		Taiji City is located in the urban area of Xunyang City, Shaanxi Province. From a distance, the city overlooks the urban area of Xunyang City, Shaanxi Province, showing a typical Taiji Bagua pattern, with yin and yang circling back and forth, so it is called "Taiji City".
6	Ningshan County		Through the storms of the Ningshan County City God Temple, surviving the robbery, is a very few ancient buildings intact in southern Shaanxi, and was listed as a key cultural relics protection unit by the Shaanxi Provincial People's Government in 2003.





Ankang culture is based in southern Shaanxi, but also looks at the world, gradually forming the spiritual layer of cultural elements that are inclusive and open, active and innovative, and coherent, allowing culture and art to remain vigorous in the changing needs of the times and audience preferences. The translation of the spiritual layer can be done by constructing a reasonable perception logic in the cultural elements and product carriers, so as to convey the regional cultural connotation in the consumers' perception of product semantics. The spiritual dimension of Ankang culture includes openness, advancement, hard work, simplicity, etc. Table 2 shows the introduction of some spiritual cultures in Ankang region.

The design translation of Ankang cultural behavior level should not only explore the

traditional behavior elements of Ankang, but also organically integrate with contemporary values, and actively reshape consumers' cognition of Shaananxi culture, make the products achieve a balance of practicality and aesthetics, stimulate consumers' experience and desire to buy, and make consumers feel pleasure and satisfaction in the process of using, playing and tasting, so as to build a sense of Ankang regional cultural attributes. This will create a sense of pleasure and satisfaction in the process of using, playing and tasting, so as to build a perception of the cultural attributes of Ankang region and promote the unity of knowledge and action in cognition and dissemination of culture. Table 3 shows the introduction of some behavioral cultures in Ankang area.

Table 2

Introduction of some spiritual cultures in Ankang region

No.	Region	Image	Introduction Description
1	Hanbin District		Han tune second reed is the second largest drama genre in Shaanxi, popular in Ankang and parts of Hanzhong in Shaanxi, and is a typical representative of Ankang regional culture and one of the national intangible cultural heritage.
2	Pingli County		Nuwa mending the sky is an ancient Chinese legend. According to legend, a big hole was broken in the sky in ancient times, heavy rain fell in the sky, and the people were not happy, and Nuwa blocked the hole in the sky with five-color divine stones in Pingli County, saving the people.
3	Hanyin County		The "Three Shens" are the three brothers Shen Shiyuan, Shen Yinmo and Shen Jianshi, who are determined to study hard and become pioneers of China's "May Fourth" new cultural movement and internationally renowned cultural masters.
4	Ziyang County		Ziyang County is named after the real people of Ziyang. Ziyang Zhenren was formerly known as Zhang Boduan, nicknamed Ziyang. Zhang Boduan was a master of the Neidan School of the Northern Song Dynasty and believed in Quanzhen Religion. He advocated taking Neidan as the way to cultivate immortals, and "dual cultivation of life and life" as the main purpose of internal refining.

The core of the translation of Ankang cultural and creative product design is based on three levels: material, spiritual and behavioral, and the innovative design process of spiritual imagery that applies the regional culture of

southern Shaanxi from the outside to the inside of the product in a natural and realistic way. In order to realize the design translation of Ankang tourism cultural and creative products into the culture of southern Shaanxi, designers need not

only to break through the original design thinking of attaching the regional cultural elements to the product carrier, but also need to grasp the innovation and development of local culture in the rapid change of the times, so that the innovative design of cultural and creative products is closely related to the original root of regional culture. Therefore, the following design strategies are proposed to address the problems of Ankang tourism cultural and creative products in terms of functional form, regional identity and innovation, and to provide reference for future innovative design development of Ankang cultural and creative products from the unique cultural symbols of each county in Ankang. The practical aspect of this cultural creation is to

design a set of tourist souvenir keychain for Ankang area.

The special regional cultural symbols of Ankang Hanbin District are Han River, dragon boat race and Han tune two reeds (Han opera), which are designed from the elements of sports modeling and color matching in type, spirit and behavior, respectively, through the laws of graphics and color composition. The theme element is named "Pearl of Qinba", and the design of the keychain highlights the elements of dragon boat racing and Han opera, and reflects the traditional opera and the spirit of striving for advancement in dragon boat racing through the colors and movements and expressions of the characters (Fig. 2).

Table 3

Introduction of some behavioral cultures in Ankang area

No.	Region	Image	Introduction Description
1	Hanbin District		The Ankang Dragon Boat Race is a traditional folk cultural event in Ankang, Shaanxi Province. Dragon Boat Festival dragon boat race was originally to commemorate Qu Yuan, a patriotic poet who was worried about the country and the people during the Warring States period. Later the dragon boat race gradually developed into a sports competition.
2	Pingli County		Tea picking is poured with the simple emotions of the working people of Pingli County and with its unique artistic thinking, a strong sense of life, enriching the active role of spiritual life. Every year in April, every farmer will pick fresh tea leaves from their own tea gardens and finally process them into tea leaves through multiple processes and sell them to all over the country.
3	Langao County		Driving a powerless canoe, using the paddle to master the direction, going downstream in the sometimes turbulent and sometimes gentle current, performing wonderful moments in the struggle with nature, this is rafting, a sport for the brave. A winding flowing river that extends through the hard hinterland of the canyon.



Fig. 2. "Pearl of Qinba" of Ankang Cultural and Creative Product (The three pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)

Baihe County, Ankang, is the birthplace of the Chu-Han culture in China, where the natural scenery is dominated by terraced rice fields, in addition to the well-preserved ruins of the city walls of the Han Dynasty, which are important historical materials for recording and studying the history of the Qin and Han Dynasties. The overall effect of the scheme is shown in Fig. 3, the theme of "Qin Head and Chu Tail" is mainly taken from the "terraced fields" and "city walls" of Baihe County, and the overall visual effect is created through the contrast of colors. The visual effect is created by the contrast of colors.

The biggest feature of Ankang Xunyang County is the city layout in the shape of Taiji, the overall effect of the pattern is shown in

Fig. 4, the theme of "Taiji City" is mainly taken from the combination of Xunyang County city and river form, the design shape and the combination of the ancient Chinese "eight trigrams".

Ankang Hanyin County is the birthplace of the "three Shen" brothers, Shen Shiyuan, Shen Yinmo and Shen Jianshi were the representative figures of the Chinese New Culture Movement, bringing new culture and new ideas to the whole society. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 5, the theme of "Three Shen's hometown" is mainly taken from the portraits of the three Shen brothers, and the effect of sculpture is used to show the characters.



Fig. 3. "Qin Tou Chu Wei" of the Ankang Cultural and Creative Products Program (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)

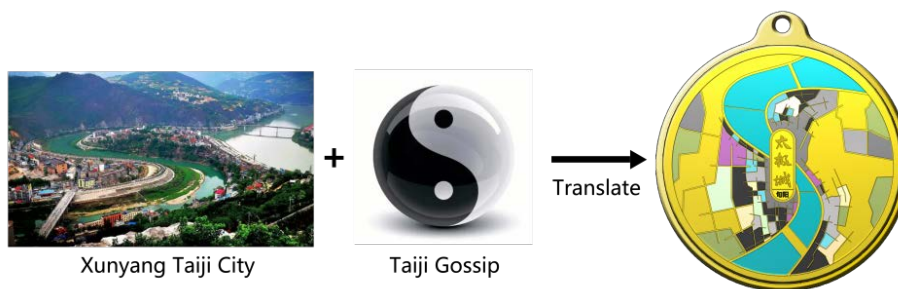


Fig. 4. "Taiji City" of the Ankang Cultural and Creative Product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)

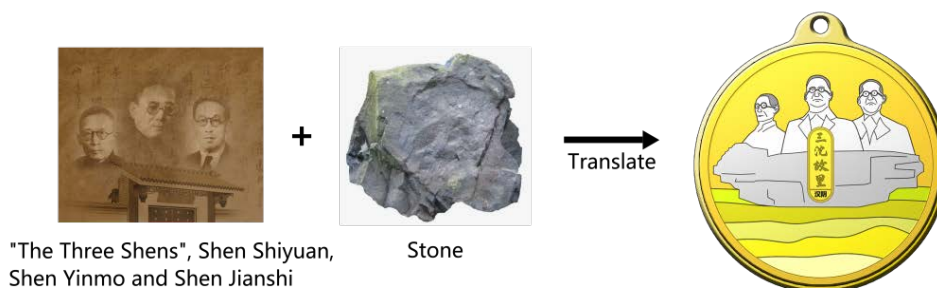


Fig. 5. "Three Shen hometown" of Ankang cultural and creative product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)

Ankang Ziyang County is named after the real Ziyang, an important representative figure and spiritual symbol of Taoism. The local tea produced in Ziyang is rich in taste and fragrance and rich in selenium, which is sold overseas. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 6. The theme is "Selenium-rich Tea Township", which mainly takes the portrait of Ziyang Real Man, symbolizing the spirit of Taoism, and then incorporates the elements of tea through the image of tea picker.

Nangong Mountain in Ankang Langao County is a famous tourist attraction in China and an important Buddhist cultural shrine. At the same time, the special geographical environment of Langao is suitable for drifting in

the mountain stream every summer. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 7. The theme is "Nangong Drifting", which mainly takes the image of the entrance of Nangong Mountain, symbolizing the spirit of Buddhism, and then incorporates the wave shape of drifting into the design.

There is a mythical story of Nuwa mending the sky in Pingli County, Ankang, and the tea "Silver Needle" in Pingli is also unique in Shaanxi Province. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 8. The theme is "Nuwa's hometown", mainly taking the image of Nuwa and the action of "mending the sky", followed by integrating tea picking into the design element again.

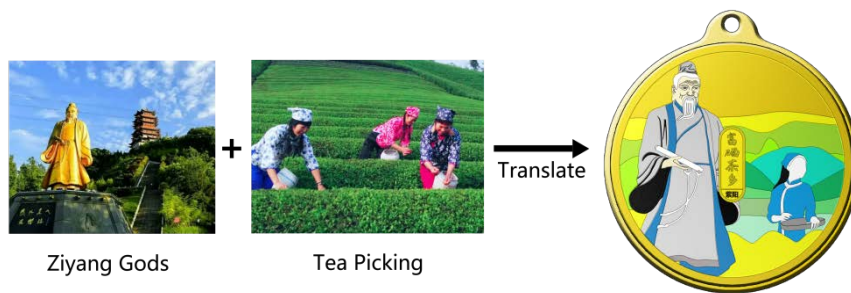


Fig. 6. "Selenium-rich tea country" of Ankang cultural and creative product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)



Fig. 7. "Nangong Drifting" of Ankang Cultural and Creative Product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)



Fig. 8. "Nuwa's hometown" of Ankang Cultural and Creative Product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)

The best-preserved City God Temple in Ankang Ning Shan County is a representative of the ancient imperial city architecture in southern Shaanxi. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 9. The theme is "An Ning Shaanxi", which is mainly taken from the outer outline of the building as the morphological element, and the color is extracted from the building façade as the color element.

The last two are Shiquan and Zhenping counties in Ankang. Shiquan County has ten beautiful natural and humanistic scenery, and

the Chinese word "Shiquan Ten Beauties" has the same pronunciation as "Ten All Beauties". Shiquan is also the hometown of the famous pre-Qin figure Guigu Zi. Zhenping is famous for its food and medicinal herbs, the representative of which is bacon and the representative of medicinal herbs is yellow lotus and astragalus. Zhenping is also the border of three Chinese provinces. The overall effect of the pattern is shown in Fig. 10, with the themes "Shiquan Ten Beauties" and "Longevity Medicine Township", and the forms and colors are derived from their respective figurative elements.

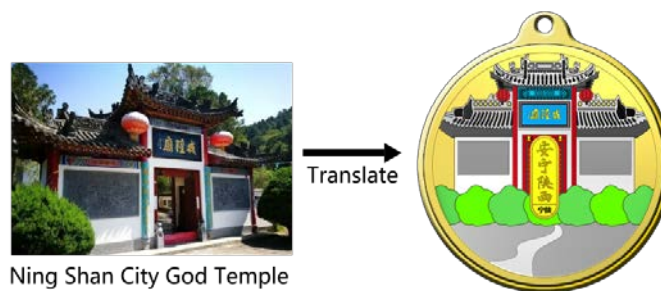


Fig. 9. "An Ning Shaanxi" of Ankang Cultural and Creative Product (The two pictures on the left are from Baidu pictures; the right picture is the author's design plan)



Fig. 10. "Shiquan Ten Beauties" (left) and "Longevity Medicine Township" (right) of the Ankang Cultural and Creative Product (The picture is the author's design plan)



Fig. 11. Keychain effect (Author's design results)

The keychain can be sold as a souvenir of Ankang, and tourists can deepen their understanding of the regional culture in the process of purchasing and using the keychain. The product can also actively promote the local tourism (Fig. 11).

Conclusions. The development of regional cultural and tourism creative products is significant for establishing the local city image and driving the local economy. By analyzing and reconstructing the distinctive cultures of ten regions in Ankang through the three layers of values in the theory of cultural translation, the local cultural symbols of

Ankang are categorized and analyzed from three perspectives: material, spiritual and behavioral, and incorporated into the visual design by figurative means such as shape and color.

The keychains can be carried around and played with at any time, and are inexpensive, making them suitable as cultural tourism products to be sold at local tourist attractions. By using the translated and reconstructed cultural images of each region in the keychain, the regional cultural images are condensed into the product design and brought to life.

Література:

1. Cheng F., Qiu X., Liu B. J., Sun X., Li Y. A Review of Domestic Research on Cultural and Creative Product Design Methods - Based on The Analysis of Papers on The Topic of Cultural and Creative Product Design Published in Packaging Engineering. *Packaging Engineering*. 2022. Vol. 43, № 12. P. 339–347.

2. Ge C. Analysis and Transformation of Requirement in the Design Process of Cultural Creativity Product. *Decoration*. 2018. P. 142–143. DOI: 10.3969/j.issn.0412-3662.2018.02.040.

3. He X. W. Research on the design practice of plush toys based on the "IP" of Ankang regional culture. *Packaging Engineering*. 2021. Vol. 42, № (12). P. 235–241.

4. Lee Y. J. Exploration of cultural elements and design of cultural creativity products in remote districts. *Pakistan Journal of Statistics*. 2012. Vol. 28, № 5. P. 617–626.

5. Lin S. Z., Yang Q. Research on Design Method of Product Semantics Based on Regional Culture Differences. *10th IEEE International Conference on Computer-Aided Industrial Design and Conceptual Desig*. 2009. Vols. 1–3. P. 244–248.

6. Li X. C., Jia D. Research on the development status and countermeasures of Ankang plush toy cultural and creative industry. *Western Leather*. 2021. Vol. 43, № 17. P. 145–146.

7. Shan J. X. Urban culture and traditional culture, regional culture and cultural diversity. *Southern Cultural Heritage*. 2007. № 02. P. 2–28.

8. Shi T., Liu X. Translating pluralistic modern world literature – Centering on the translational

activities of Modern Times. *Foreign Language Studies*. 2022. Vol. 39, № 03. P. 106–111.

9. Wang X., Gu Y. Y. Study on the Design of Cantonese Cultural and Creative Products using Analytic Hierarchy Process. *Mathematical Problems in Engineering*. 2020. P. 1–7. DOI: 10.1155/2020/8874787.

10. Wang Y. X. Research on The Design Strategy of Cultural and Creative Products Based on The Concept of Green Environmental Protection. *Fresenius Environmental Bulletin*. 2021. Vol. 30, № 4A. P. 4293–4299.

11. Zhang K., Yi R. G. Exploration of The Characteristic Development of Rural Landscape Based on Regional Cultural Characteristics. *Journal of Environmental Protection and Ecology*. 2019. Vol. 20. P. 1–6.

12. Zhang L., Hu F. Analysis of the Design of Cultural and Creative Products from the Perspective of Regional Culture. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 2019. Vol. 573. P. 012071.

13. Zhang Z., Hao Y. L. Research on Emotional Design of Visual Interaction Based on Cognitive Psychology. Ed. M. Kurosu. *Human-Computer Interaction: Theory, Methods and Tools: Held as Part of the 23rd HCI International Conference, HCII 2021, Virtual Event, July 24–29, 2021, Proceedings, Part I* 23. Springer International Publishing, 2021. P. 472–481.

References:

1. Cheng, F., Qiu, X., Liu, B.J., Sun, X., Li, Y. (2022). A Review of Domestic Research on Cultural and Creative Product Design Methods – Based on The

Analysis of Papers on The Topic of Cultural and Creative Product Design Published in Packaging Engineering. *Packaging Engineering*, 43(12), 339–347 [in Chinese].

2. Ge, C. (2018). Analysis and Transformation of Requirement in the Design Process of Cultural Creativity Product. *Decoration*, 142–143. DOI: 10.3969/j.issn.0412-3662.2018.02.040 [in Chinese].

3. He, X. W. (2021). Research on the design practice of plush toys based on the "IP" of Ankang regional culture. *Packaging Engineering*, 42(12), 235–241 [in Chinese].

4. Lee, Y. J. (2012). Exploration of cultural elements and design of cultural creativity products in remote districts. *Pakistan Journal of Statistics*, 28(5), 617–626 [in Korean].

5. Lin, S. Z., Yang, Q. (2009). Research on Design Method of Product Semantics Based on Regional Culture Differences. *10th IEEE International Conference on Computer-Aided Industrial Design and Conceptual Design*, Vols. 1–3, 244–248 [in English].

6. Li, X. C., Jia, D. (2021). Research on the development status and countermeasures of Ankang plush toy cultural and creative industry. *Western Leather*, 43(17), 145–146 [in Chinese].

7. Shan, J. X. (2007). Urban culture and traditional culture, regional culture and cultural diversity. *Southern Cultural Heritage*, (02), 2–28 [in Chinese].

8. Shi, T., Liu, X. (2022). Translating pluralistic modern world literature – Centering on the translational activities of Modern Times. *Foreign Language Studies*, 39(03), 106–111 [in Chinese].

9. Wang, X., Gu, Y. Y. (2020). Study on the Design of Cantonese Cultural and Creative Products using Analytic Hierarchy Process. *Mathematical Problems in Engineering*, DOI: 10.1155/2020/8874787 [in English].

10. Wang, Y. X. (2021). Research on The Design Strategy of Cultural and Creative Products Based on The Concept of Green Environmental Protection. *Fresenius Environmental Bulletin*, 30(4A), 4293–4299 [in English].

11. Zhang, K., Yi, R. G. (2019). Exploration of The Characteristic Development of Rursl Landscape Based on Regional Cultural Characteristics. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 20, 1–6 [in English].

12. Zhang, L., Hu, F. (2019). Analysis of the Design of Cultural and Creative Products from the Perspective of Regional Culture, 573, pp. 7th International Forum on Industrial Design [in English].

13. Zhang, Z., Hao, Y. L. (2021). Research on Emotional Design of Visual Interaction Based on Cognitive Psychology. In M. Kurosu (Ed.) *Human-Computer Interaction: Theory, Methods and Tools*, HCII 2021, pp. 472–481. 23rd International Conference on Human-Computer Interaction (HCI). [in English].

^{1,2}ЦЯН В., ¹ПАШКЕВИЧ К. Л.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Шеньсійський університет науки і технологій, Сіань, Китай

ДИЗАЙН КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ПРОДУКТІВ У РЕГІОНІ АНКАН З ТОЧКИ ЗОРУ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Метою дослідження є розробка дизайну культурних і креативних продуктів на основі регіональної культури кожного району та повіту в місті Анькан, провінція Шеньсі, Китай.

Методологія. У дослідженні застосовано міждисциплінарний метод дослідження. Теорія перекладу в лінгвістиці та тришарова структура культурних атрибутів інтегруються в дизайн регіональних культурно-креативних продуктів, а матеріальні, духовні та поведінкові елементи місцевої культури транслюються у форму, семантику та функцію культурної та творчої продукції відповідно.

Результати. Базуючись на дослідницькому статусі регіональної матеріальної та нематеріальної культури і поточній ситуації місцевого розвитку в Анькані, провінція Шеньсі, досліджено практичне значення та цінність інтеграції регіональних культурних елементів у культурні та креативні продукти, представлено теорію перетворення дизайну архітектури з використанням місцевих культурних особливостей Анькана, щоб підвищити особливість

культурних і креативних продуктів, зміцнити культурну ідентичність для приваблення туристів і допомогти спадщині та розвитку регіональної культури Анькану.

Наукова новизна. У дослідженні використано теорію транслітерації, щоб проаналізувати регіональні культурні елементи з різних точок зору та представити їх у візуальних формах. Доведено, що теорія перекладу може висвітлити регіональні особливості дизайну культурного та креативного продукту з багатьох вимірів.

Практичне значення. Теорія транскреації в поєднанні з потрійною культурною архітектурою може бути використана для розробки культурних і креативних продуктів в інших регіонах, таким чином створюючи більш повне відкриття та презентацію регіональної культури як важливий інструмент. Розвиваючи культурні та творчі продукти в регіоні Анькан можна створити імідж міста та сприяти розвитку суміжних індустрій туризму.

Ключові слова: дизайн культурно-креативної продукції; теорія транскреації; графічний дизайн; дизайн продукту; ілюстрація; брелок; культурна потрійна архітектура; регіон Анькан.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Цян Вей, аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну, Шеньсїський університет науки і технологій, м. Сіань, Китай, ORCID 0009-0002-8004-9324, **e-mail:** 15066872018@163.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професорка, завідувачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** pashkevich.kl@knutd.com.ua

Цитування за ДСТУ: Qiang W., Pashkevych K. L. Design of Cultural and Creative Products in Ankang Region from the Perspective of Regional Culture. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 45–56.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.4](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.4)

Citation APA: Qiang, W., Pashkevych, K. L. (2023) Design of Cultural and Creative Products in Ankang Region from the Perspective of Regional Culture. *Art and design*. 3(23). 45–56.

УДК 7.012

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.5.

^{1,2}WEN X., ¹PASHKEVYCH K. L.¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine²Shaanxi University of Science and Technology, Xian, China**ANALYSIS OF FURNITURE DESIGN FOR GROWING CHILDREN
BASED ON PHYSIOLOGICAL CHANGES IN CHILDREN**

The aim of this study is to determine the design needs and methods of children's furniture for growth from the perspective of children's physiology. Due to the current advocacy of sustainable design concepts, new structures and accessories can also meet the requirements of children's furniture design. At this stage, research on the design of growthable children's furniture is very important and timely.

Methodology. The study used the analysis of literature sources on the design of furniture, Comparative research method. Case analysis method, structural-functional analysis, synthesis of research results, etc. are used.

Results. Analyzing the design elements of growable furniture from the perspective of children's physiology, the types of furniture that can grow children are divided into three categories: children's desks and chairs, children's beds, and children's storage furniture. According to the requirements of children's human-machine ratio, it is determined that the height of children's desks and chairs can be adjusted, and the angle between the desktop and the back of the children's chair can also be adjusted. From an ergonomic point of view, these requirements are determined based on the child's height, weight and developmental characteristics. It is determined that through the standardized design, the children's bed can be disassembled or installed, the height of the bed can be changed, and the combination of the bed and other functions can also be satisfied. Determine the category of children's storage type furniture storage items, classify according to different items, and put forward requirements for the storage of different types of items.

Scientific novelty. We explore the impact of children's physiological changes on children's furniture, meet the requirements of children of different ages for the use of furniture, at the same time, provide specific design ideas.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for designers and manufacturers in the design of children furniture.

Keywords: design; children; physiology; ergonomics; furniture design; children's furniture; storage furniture.

Introduction. Growthable children's furniture refers to children's furniture that can meet children's physical and psychological characteristics in different periods and grow up with children. Children have different needs for furniture in each growth cycle. It is not practical for most families to replace furniture in each period. When parents choose children's furniture, they must pay attention to the "growth" of the product. Therefore, grasping the characteristics of children's physiological changes in different periods becomes the key to designing furniture for growing children.

Analysis of previous researches. Author Kyung Kim Ja correctly identified considerations for the design of children's storage furniture by age group, and conducted a holistic

examination of domestic and foreign children's storage furniture products. Furniture that is easy for children to take out objects by themselves, and enables recognition and emotional development by taking into account the development of each age group. Basic data and types of storage furniture are presented for the development of children's storage furniture suitable for each age group. By comparing the product types at home and abroad, the items that need to be supplemented and improved in the future development of storage furniture for different age groups are introduced [1].

Authors Moon Sun-Wook et al studied the factors that accurately identify the design of children's rest furniture by age group, conducted a comprehensive inspection of

domestic and foreign children's rest furniture products, and classified and analyzed design types, colors, and designs according to age groups. Provide basic data for the development of rest furniture for children of all ages, and recommend appropriate types of rest furniture for each age group [2].

Authors J. Ye, W. Li, C. Yang studied the application of scene theory to the design of modular children's furniture, which can effectively help designers grasp the relationship between products and users and their needs, thereby further improving product rationality and product satisfaction, and also it provides a new effective exploration for the design of modular children's furniture [3]. Q. Wu and others studied the sustainable design of children's beds, combined with the theory of modular design, to solve the problem of the life cycle of children's beds, and better meet the needs of children [4]. The author X. Xiong et al. used group technology to conduct standardized experimental research on children's solid wood furniture parts [5].

Authors J. Wang and others combined AHP and TOPSIS methods to study the evaluation indicators of parent-child interactive game furniture design, which is convenient for designers to quantitatively analyze the design advantages and disadvantages of related products, and is of positive help to control and improve design quality [6].

The author L. Jiang et al. studied the influence of adolescents' color preference and color choice on the color design of children's furniture, but the degree varies with the furniture category, and also includes the influence of gender and age [7].

Author T. Minli Wan studied the impact of perceived product quality and positioning on healthy and sustainable lifestyles (LOHAS) on consumer price preferences, using data from a market survey of children's furniture in two Chinese metropolises (Shanghai and Shenzhen). Consumer price preference is negatively affected by "basic product attributes", but

positively affected by consumers' orientation towards Lohas, gender, and education level [8].

Author Kim Ja Kyung address the importance and necessity of playable furniture to promote the physical, social, emotional, language, and cognitive development of children aged 4 to 7 in preschool. Through comparative analysis of cases, find the concept and basic conditions of playable furniture, provide basic data for the development of playable furniture, and provide basic data, form, material and color for the development of ideal playable furniture [9].

The author, C. Salvador have a background in product design investigations with a focus on children's furniture (high chairs), researching issues of emotional sustainability to reduce waste and optimize products. A better understanding of children's sensitive and subjective attachment to objects, and the decisiveness of ergonomics in the research process of design projects [10].

Author Z. Y. Phuah et al. research aims to conceptualize creative and repurposed children's furniture. The invention can be used as an accessory for children's furniture such as cribs, high chairs, bedside rails, chairs, etc. While retaining the added value of many reuse functions, the invention prolongs the life of the furniture, reduces the consumer's expenditure cost, and saves space [11].

The studies of the above scholars are of great reference value. It is worth noting that in the previous studies, it was found that the field of children's furniture design from the perspective of physiological growth changes is blank and needs to be explored and studied.

Statement of the problem. Children's basic physiological performance, basic life content and characteristics in the living room directly determine the choice of children's furniture types. The furniture that provides children with learning, reading and playing is mainly table and chair furniture; the basic type of furniture that provides children with good rest is bed furniture; the furniture provided for children to store sundries, books, toys, etc. is

storage furniture. The article analyzes the specific requirements of children's physiological growth characteristics for these three types of furniture.

Results of the research. Childhood is a critical period for everyone's personality formation, perceptual training, and cognitive development, as well as an important period for children's physical growth and intellectual development. Parents and all walks of life are paying more and more attention to the environment in which children grow up. Children's growth environment has a subtle influence on children's development [12]; children's furniture is a necessary element of children's growth environment. If a set of furniture can accompany children from childhood to youth, it must be designed according to the characteristics of children's physical and mental development. Consider the needs of children at various stages of growth and development, and pay attention to the growth of furniture (Table 1; Table 2) [14].

Design requirements for children's tables and chairs furniture: Children lack self-protection awareness. Children's tables and

chairs can play a pivotal role in children's furniture. They are props for children to play and learn during their growth and development, design. Children use suitable children's desks and chairs, which can reduce fatigue, develop good reading and writing habits, have a good sitting posture, prevent myopia and maintain vision, prevent abnormal curvature of the spine, and enable children to grow up healthily.

Lively and active is the nature of children, so safety is very important. The structure needs to be stable to avoid the appearance of edges and corners, especially the armrests of chairs and sofas, which need to be smooth. Designers need to design children's tables and chairs according to the ratio of children to man-machine, and use ergonomic principles so that children can develop good reading and writing habits. Children's tables and chairs need to be adjusted according to their height and weight. In order to prevent abnormal curvature of children's spine, children's table board and children's chair back board need to adjust their angles according to children's bone growth and development characteristics.

Table 1

Height and weight chart of Chinese boys aged 0-18

Age	Height(cm)				Weight(kg)			
	short and small	slant short	standard	super tall	Thin	standard	overweight	obesity
1 year old	71.2	73.8	76.5	79.3	9	10.05	11.23	12.54
2 year old	81.6	85.1	88.5	11.24	11.24	12.54	14.01	15.37
3 year old	89.3	93	96.8	100.7	13.13	14.65	16.39	18.37
4 year old	96.3	100.2	104.1	108.2	14.88	16.64	18.67	21.01
5 year old	102.8	107	111.3	115.7	16.87	18.98	21.46	24.38
6 year old	108.6	113.1	117.7	122.4	18.71	21.26	24.46	28.03
7 year old	114	119	124	129.1	20.83	24.06	28.05	33.08
8 year old	119.3	124.6	130	135.5	23.23	27.33	32.57	39.41
9 year old	123.9	129.6	135.4	141.2	25.5	30.46	36.92	45.52
10 year old	127.9	134	140.2	146.4	27.93	33.74	41.31	51.38
11 year old	132.1	138.7	145.3	152.1	30.95	37.69	46.33	57.58
12 year old	137.2	144.6	151.9	159.4	34.67	42.49	52.31	64.68
13 year old	144	151.8	159.5	167.3	39.22	48.08	59.04	72.6
14 year old	151.5	158.7	165.9	173.1	44.08	53.37	64.84	79.07
15 year old	156.7	163.3	169.8	176.3	48	57.08	68.35	82.45
16 year old	159.1	165.4	171.6	177.8	50.62	59.35	70.2	83.85
17 year old	160.1	166.3	172.3	178.4	52.2	60.68	71.2	84.45
18 year old	160.5	166.6	172.7	178.7	53.08	61.4	71.73	84.72

Table 2

Height and weight chart of Chinese girls aged 0-18

Age	Height(cm)				Weight(kg)			
	short and small	slant short	standard	super tall	Thin	standard	overweight	obesity
1 year old	69.7	72.3	75	77.7	8.45	9.4	10.48	11.73
2 year old	80.5	83.8	87.2	90.7	10.7	11.92	13.31	14.92
3 year old	88.2	91.8	95.6	99.4	12.65	14.13	15.83	17.81
4 year old	95.4	99.2	103.1	107	14.44	16.17	18.19	20.54
5 year old	101.8	106	110.2	114.5	16.2	18.26	20.66	23.5
6 year old	107.6	112	116.6	121.2	17.94	20.37	23.27	26.74
7 year old	112.7	117.6	122.5	127.6	19.74	22.64	26.16	30.45
8 year old	117.9	123.1	128.5	133.9	21.75	25.25	29.56	34.94
9 year old	122.6	128.3	134.1	139.9	23.96	28.19	33.51	40.32
10 year old	127.6	133.8	140.1	146.4	26.6	31.76	38.41	47.15
11 year old	133.4	140	146.6	153.3	29.99	36.1	44.09	54.78
12 year old	139.5	145.9	152.4	158.8	34.04	40.77	49.54	61.22
13 year old	144.2	150.3	156.3	162.3	37.9	44.79	53.55	64.99
14 year old	147.2	152.9	158.6	164.3	41.18	47.83	56.61	66.77
15 year old	148.8	154.3	159.8	165.3	43.42	49.82	57.72	67.61
16 year old	149.2	154.7	160.1	165.5	44.56	50.81	58.45	67.93
17 year old	149.5	154.9	160.3	165.7	45.01	51.2	58.73	68.04
18 year old	149.8	155.2	160.6	165.9	45.26	51.41	58.88	68.1

Children's desks and chairs should match the size of the desk and chair. The author refers to the "Functional Dimensions of School Desks and Chairs" standard (GB/T 3976-2002), and according to the combination of "32 mm system" and ergonomics, the seat surface of children's seats The height should be adjustable from 190–440 mm, the chair back height can be adjusted from 700–1000 mm, and the chair depth can be adjusted from 270–440 mm. Keep the seat surface horizontal (Fig. 1, a), or tilt backward and downward within 2°. The backrest is tilted back within 6° from the vertical surface, and the chair back and chair form an angle of 95-110°, because the pressure on the fourth to fifth lumbar vertebrae of the body can be reduced when sitting, and you can lean on the back of the chair very easily, less prone to physical fatigue (Fig. 1, b).

The main design requirements for a growing children's table are:

- height adjustable, including desktop height adjustment 520-760mm (Fig. 2, a);
- the size and inclination of the desktop can be adjusted to meet different functional

requirements. Generally, the inclination angle range of the desktop is 0–50° (Fig. 2, b), which can meet different functions, so that the distance between the inclination of the desktop and the line of sight is uniform, and the vision is relieved. Fatigue, protect eyesight (Fig. 2, b, c).

Children's beds design requirements:

Research indicates strong connections between child ADHD, child ODD/CD, and sleep [13]. Parents are paying more and more attention to children's sleep quality, and letting children sleep in their own cribs is the first step. Moreover, the requirements for children's beds are very different from those for adults. If children are allowed to live in adult beds for convenience, it will adversely affect the growth and development of children. The physical development of children aged 3–15 is at its peak, especially in terms of height and weight, so there are special requirements for children's beds:

- children's beds needs to be adjustable in width and length in order to adapt to the child's physical growth. Bed legs need to be detachable or installable through a

standardized design to change the height of the bed;

- the design form of children's bed is based on the standard bed, with various changes, loft bed (Fig. 3, a), bunk bed (Fig. 3, b), bed with lockers (Fig. 3, c), beds with slides, sofa beds, etc., different forms can meet different functions, and can save space, storage, entertainment, etc.;

- children are lively and active by nature. Children often play and jump on the bed. The safety of children's bedding is extremely important and it needs to have good firmness

(Fig. 4, a). Strong connections need to be designed to ensure that no collapse occurs;

- every part of the crib that touches the child should be smooth and round to avoid protruding edges and corners that may cause harm to the child (Fig. 4, b);

- children's beds need to have a good sense of body and touch. The metal texture is too hard and cold, which is not suitable for children. The plastic texture is too thin and not strong enough. Therefore, wooden children's beds are the most ideal, it is both sturdy and durable, with good texture and touch.



Fig. 1. Adjustable child seat: a – child seat back and seat surface adjustment, China, 2023; b – dimensions of various parts of the child seat, China, 2023



Fig. 2. Growing children's table: a – children's Table Dimensions, China, 2023; b – desktop angle adjustment, China, 2023; c – desktop adjustment to meet different usage functions, China, 2023

At present, there is no national standard for children's beds. According to the growth and development characteristics of Chinese children, summarize the length of the children's bed as 1380 mm–2000 mm, the width is 600 mm–1200 mm, and the height is 400 mm. The height of the bed can be changed, the length of the bed leg module is 400 mm, and the height of the guardrail is 300 mm, which is a more reasonable size.

Storage furniture design requirements.

After the age of 3, children play and study more and more, as well as various toys and books. However, their active nature makes it impossible for them not to throw things away. Of course, these items cannot be piled up randomly. At this time, the storage work of the children's room is extremely important. Reasonable storage functions are not only convenient for parents to organize, but also can cultivate children's good living habits from an early age. The external dimensions of the locker mainly need to consider the physiological characteristics of children, and the height of the items placed should be convenient for children to get their things and put them back easily. Therefore, from the lockers used in the preschool age to the lockers used in the school-age period, the most important changes are the changes in the height of the lockers and the flexible combination of lockers (Fig. 5).

Lockers can be classified according to different functions. Wardrobe, storage of clothing, bedding and other items. This kind of locker needs to pay attention to the design of the internal size and division of the wardrobe so that children can use it. The basic functions of the wardrobe must be provided: there must be space for hanging long and short clothes (Fig. 6, a); space for storing stacked clothes (Fig. 6, b); the space for placing underwear, socks and other small items of clothing can also be designed as a drawer structure (Fig. 6, c); the space for placing bedding, boxes and other items. The most ideal state inside the children's wardrobe is that the height is

adjusted to the internal space according to the children's height changes during the period of non-use (Fig. 5).

Bookcases, cabinets for storing books, reference materials and other learning tools. There are various shapes and designs of bookcases, but it is best to use squares as the main design of the inner grid, so that children can arrange books and items neatly and develop good habits. Books, paper, pens, and other types of items that preschoolers need are not many, and as they grow older, more and more of these items, especially books of different kinds. Therefore, when designing and planning the storage function of the furniture in the children's room, it is necessary to reserve enough additional storage space to accommodate it. Therefore, the design of the bookcase can be considered in the size and form of the adult bookcase.

Item cabinet, because children are a special group, they have a wide variety of items, with different sizes and shapes, and there is no uniformity, such as toys, sporting goods and so on. Storage cabinets are further divided into:

- hidden storage, hiding things, such as hiding under the bed, or making the stairs of the loft bed into a storage cabinet, etc. (Fig. 3. c);

- open-shelf storage, using partitions with different space divisions to separate toys of different sizes, and the shelves can also be fixed on the wall to make toys and dolls become decorations, which can also save space (Fig. 7, a);

- mobile storage, storage space with casters, also available for children to play (Fig. 7, b).

The above are the types of storage cabinets suitable for children's growth. Cabinet furniture conforms to the characteristics of children's physiological growth, can help children develop a clean and orderly living habit, and is also convenient for parents to take care of children.

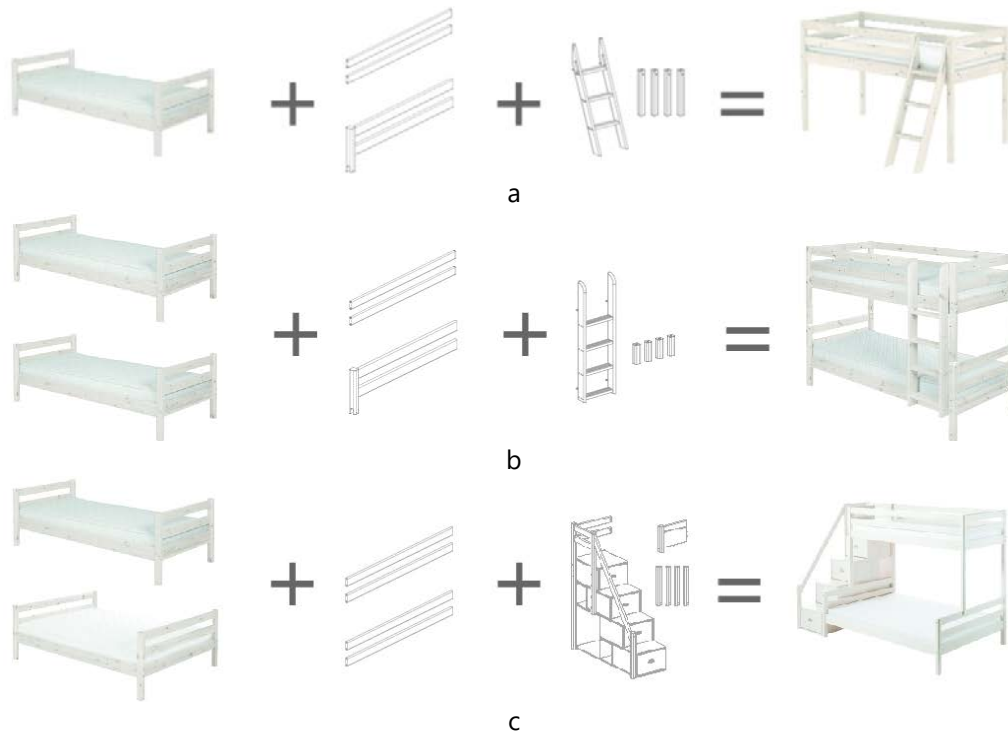


Fig. 3. Growing child bed: a – basic bed into elevated bed, Denmark, 2023; b – basic bed changes into double bed, Denmark, 2023; c – basic bed change stair storage bed, Denmark, 2023

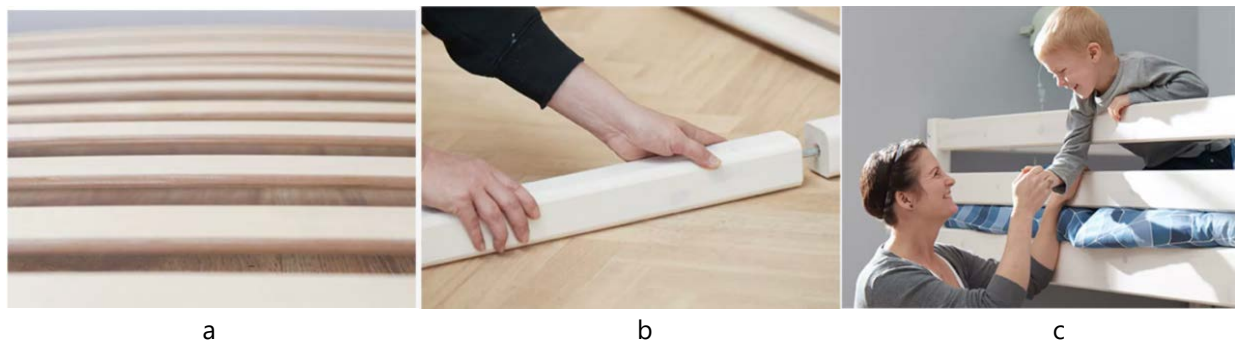


Fig. 4. Safety characteristics of growth child beds: a – good load-bearing effect, Denmark, 2023; b – round and round components, Denmark, 2023; c – guardrail protection, Denmark, 2023



Fig. 5. Changes in cabinet combinations for growing children, China, 2023



Fig. 6. Internal layout of growth oriented children's wardrobes: a – hanging space for long and short clothes, China, 2023; b – folding clothes storage area, China, 2023; c – small item storage drawer, China, 2023



Fig. 7. Storage cabinet: a – fun storage, Spain, 2011; b – mobile storage, China, 2023

Conclusions. The article compares the physiological characteristics of children in different periods and summarizes the design requirements and methods for children's tables, chairs, beds, and storage furniture. Research has found that children's furniture can meet their physiological growth needs through different design methods, technical means, etc. If a set of furniture can accompany children from infancy to youth, it must be designed according to the characteristics of children's physical and mental development, considering

the needs of children at various stages of growth and development, paying attention to the growth of furniture, and the growth of children's furniture. Design will surely become the focus of children's furniture research. Of course, when designing and arranging the space, it is also necessary to comprehensively consider the physical and mental needs of children, and create a comprehensive, holistic, and multi-functional space. The combination of indoor space and children's furniture can create a good growth environment for children.

Література:

1. Kyung Kim Ja. A Study on the Design Type of Children's Storage Furniture Considering the Development by Age Group. *Journal of the Korea furniture Society*. 2020. Vol. 30, №2. P. 169–190. DOI: 10.22873/kofuso.2019.30.2.169.
2. Moon Sun-Wook, Kim Ja Kyung. A Study on the Design Trend of Rest Furniture for Children Considering the Development by Age. *Journal of the Korea furniture Society*. 2020. Vol. 30, №1. P. 67–88. DOI: 10.22873/kofuso.2019.30.1.67.
3. Ye J., Li W., Yang C. Research on Modular Design of Children's Furniture Based on Scene Theory. *Lecture Notes in Computer Science*. 2021. Vol. 12764. P. 153–172. DOI: 10.1007/978-3-030-78468-3_11
4. 吴琼,贾凯,刘雨.基于模块化的儿童床可持续设计[J].*包装工程*, 2019. 40(18). P. 140–144. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.18.022.
5. Xiong X., Lu G., Lu D. Research on Children's Customized Furniture Design Based on Group Technology. *Applied Sciences*. 2021. 11(23): 11371. <https://doi.org/10.3390/app112311371>.
6. Wang J. Q., Pan Y. Design Evaluation of Parent-child Interactive Game Furniture Based on AHP-TOPSIS Method. *Journal of the Korea Convergence Society*. 2022. Vol. 13, №2. P. 235–248. DOI: 10.15207/JKCS.2022.13.02.235.
7. Jiang L., Cheung V., Westland S., Rhodes P. A., Shen L., Xu L. The impact of color preference on adolescent children's choice of furniture. *Color Research & Application*. 2020. Vol. 45, №4. P. 754–767. <https://doi.org/10.1002/col.22507>.
8. Minli Wan Toppinen. Effects of perceived product quality and Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) on consumer price preferences for children's furniture in China. *Journal of Forest Economics*. 2016. Vol. 22, №1. P. 52–67. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfe.2015.12.004>.
9. Kim J. K. The Analysis of the Type and Characteristics of Playable Furniture for Preschool Children. *Korean Institute of Interior Design Journal*. 2012. Vol. 21, №5. P. 188–199 [in Korean].
10. Salvador C. Contributions of Ergonomics to an Affective Sustainability in Children's Furniture. *Procedia Manufacturing*. 2016. Vol. 3. P. 6483–6489. DOI: 10.1016/j.promfg.2015.07.931.
11. Phuah Z. Y., Ng P. K., Lim B. K., Nathan R. J., Ng Y. J., Yeow J. A. The Conceptualisation of Inventive and Repurposable Children's Furniture. *Forests*. 2022. 13(12): 2053. <https://doi.org/10.3390/f13122053>.

[f13122053](https://doi.org/10.3390/f13122053).

12. Cheng S. A Guideline for Children's Furniture Design to Promote Children's Development. 2021. URL: <https://etd.auburn.edu//handle/10415/7694>.
13. Gissandaner T. D., Stearns M. A., Sarver D. E., Walker B., Ford H. Understanding the Impact of Insufficient Sleep in Children with Behavior Problems on Caregiver Stress: Results from a U.S. National Study. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*. 2023. DOI: 10.1177/13591045231156342.
14. 穆冰燕. 1500例儿童生长发育情况及其相关影响因素分析[D].长春:长春中医药大学 2022. DOI: 10.26980/d.cnki.gcczc.2022.000090.

References:

1. Kyung, Kim Ja. (2020). A Study on the Design Type of Children's Storage Furniture Considering the Development by Age Group. *Journal of the Korea furniture Society*, Vol. 30, №2, 169–190. DOI: 10.22873/kofuso.2019.30.2.169 [in Korean].
2. Moon, Sun-Wook, Kim, Ja Kyung. (2020). A Study on the Design Trend of Rest Furniture for Children Considering the Development by Age. *Journal of the Korea furniture Society*, Vol. 30, №1, 67–88. DOI: 10.22873/kofuso.2019.30.1.67 [in Korean].
3. Ye, J., Li, W., Yang, C. (2021). Research on Modular Design of Children's Furniture Based on Scene Theory. *Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 12764, 153–172. DOI: 10.1007/978-3-030-78468-3_11 [in English].
4. Wu, Q., Jia, K., Liu, Y. (2019). Sustainable design of children's bed based on Modularization. *Packaging Engineering*. 40(18), 140–144. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.18.022 [in Chinese].
5. Xiong, X., Lu, G., Lu, D. (2021). Research on Children's Customized Furniture Design Based on Group Technology. *Applied Sciences*. 11(23):11371. <https://doi.org/10.3390/app112311371> [in English].
6. Wang, J. Q., Pan, Y. (2022). Design Evaluation of Parent-child Interactive Game Furniture Based on AHP-TOPSIS Method. *Journal of the Korea Convergence Society*. Vol. 13, №2, 235–248. DOI: 10.15207/JKCS.2022.13.02.235 [in Korean].
7. Jiang, L., Cheung, V., Westland, S., Rhodes, P. A., Shen, L., Xu, L. (2020). The impact of color preference on adolescent children's choice of furniture. *Color Research & Application*, Vol. 45, №4, 754–767. <https://doi.org/10.1002/col.22507> [in English].

8. Minli Wan, Toppinen (2016). Effects of perceived product quality and Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) on consumer price preferences for children's furniture in China. *Journal of Forest Economics*, Vol. 22, №1, 52–67 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfe.2015.12.004> [in English]
9. Kim, J. K. (2012). The Analysis of the Type and Characteristics of Playable Furniture for Preschool Children. *Korean Institute of Interior Design Journal*, Vol. 21, №5, 188–199 [in Korean].
10. Salvador, C. (2016). Contributions of Ergonomics to an Affective Sustainability in Children's Furniture. *Procedia Manufacturing*, Vol. 3, 6483–6489. DOI: 10.1016/j.promfg.2015.07.931 [in English].
11. Phuah, Z. Y., Ng, P. K., Lim, B. K., Nathan, R. J., Ng, Y. J., Yeow, J. A. (2022). The Conceptualisation of Inventive and Repurposable Children's Furniture. *Forests*, 13(12): 2053. <https://doi.org/10.3390/f13122053> [in English].
12. Cheng, S. (2021). A Guideline for Children's Furniture Design to Promote Children's Development. URL: <https://etd.auburn.edu/handle/10415/7694> [in English].
13. Gissandaner, T. D., Stearns, M. A., Sarver, D. E., Walker, B., Ford, H. (2023). Understanding the Impact of Insufficient Sleep in Children with Behavior Problems on Caregiver Stress: Results from a U.S. National Study. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*. DOI: 10.1177/13591045231156342 [in English].
14. Mu, B. Y. (2022). Analysis of the growth and development and related influencing factors of 1500 children. *Changchun University of Chinese Medicine*. DOI: 10.26980/d.cnki.gcczc.2022.000090 [in Chinese].

^{1,2}ВЕНЬ С., ¹ПАШКЕВИЧ К. Л.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Шеньсійський університет науки і технологій, Сіань, Китай

АНАЛІЗ КОНСТРУКЦІЙ ДИТЯЧИХ МЕБЛІВ З УРАХУВАННЯМ ФІЗІОЛОГІЧНИХ ЗМІН ДІТЕЙ

Метою дослідження є визначення потреб дітей і підходів щодо проектування дитячих меблів з урахуванням фізіології дітей; застосування екологічних концепцій дизайну в розробці нових конструкцій та аксесуарів з урахуванням вимог до дизайну дитячих меблів.

Методологія. У дослідженні використано аналіз літературних джерел з дизайну дитячих меблів, метод порівняльного дослідження, кейс-аналіз, структурно-функціональний аналіз, узагальнення результатів дослідження тощо.

Результати. Аналізуючи елементи дизайну меблів з точки зору дитячої фізіології, було виділено три категорії: дитячі столи та стільці, дитячі ліжка та дитячі меблі для зберігання речей. Згідно з вимогами до проектування дитячих меблів та системи «людина-машина», визначено, що висоту дитячих столів і стільців можна регулювати, а також можна змінювати кут між робочим столом і спинкою дитячого стільця. З ергономічної точки зору ці вимоги формуються з урахуванням росту, ваги та особливостей розвитку дитини. Визначено, що за допомогою стандартизованої конструкції дитяче ліжко можна зібрати або розібрати, відрегулювати висоту ліжка, а також поєднати комбінацію ліжка з іншими функціями. Визначено категорію меблів для зберігання дитячих речей, наведено їх класифікацію за різними ознаками та відповідно до вимог щодо зберігання певних видів предметів.

Наукова новизна. Досліджено вплив фізіологічних змін дитини на експлуатацію меблів, визначено вимоги для забезпечення задовільних умов використання меблів дітьми різного віку, водночас, надано конкретні дизайнерські ідеї.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх застосування дизайнерами і виробниками при проектуванні дитячих меблів.

Ключові слова: дизайн; дитина; предметний дизайн; фізіологія; ергономічність; дизайн меблів; дитячі меблі; меблі для зберігання.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Вень Сінмяо, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, Шеньсїський університет науки і технологій, Сіань, Китай, ORCID 0009-0007-5697-3599, **e-mail:** 59379233@qq.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-рка техн. наук, професорка, завідувачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** pashkevich.kl@knutd.com.ua

Цитування за ДСТУ: Wen X., Pashkevych K. L. Analysis of Furniture Design for Growing Children Based on Physiological Changes in Children. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 57–67.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.5](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.5)

Citation APA: Wen, X., Pashkevych, K. L. (2023) Analysis of Furniture Design for Growing Children Based on Physiological Changes in Children. *Art and design*. 3(23). 57–67.

УДК 72.012:
687.016

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.6.

WU S.^{1,2}, YEZHOVA O. V.¹

¹Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

²Beijing Technology and Business University, People's Republic of China

FEATURES OF CONTEMPORARY CHINESE STYLE IN DIGITAL FASHION DESIGN: CASES OF FASHION INDUSTRY PRODUCTS

The purpose. To analyze the artistic and aesthetic characteristics that influence the modern digital design of Chinese-style clothing, the practice of creation and to propose modern digital design solutions in the design of jewelry, style and clothing.

Methodology. The theoretical and practical research methods have been used: analysis of scientific and professional literature on the topic of research, design based on the evolution of patterns and forms, analysis of analogs of design objects, design and creation of a product using specialized software.

The results. The main features of modern Chinese style in clothing design and personal image are revealed. The main characteristics of the design style solutions of modern Chinese digital clothing and personal image are summarized. According to the results of the research, projects of digital design of jewelry and personal image were developed.

Scientific novelty. The characteristics of the main forms of digital fashion design in the Chinese style are analyzed, the development trends that affect modern Chinese fashion design are revealed, and some practical results of digital fashion design are summarized.

Practical meaning. The results of the study can be used to analyze and develop industrial and consumer-oriented design of clothing, jewelry and personal image in Chinese style. The results of the study can be used to further explore digital clothing design and personal image in Chinese style for media content.

Keywords: Chinese style; fashion design; digital fashion; media content; jewelry design; image design; Chinese culture.

Introduction. The fashion industry and scientific community have taken notice of the emerging field of digital fashion, which utilizes technology to create and simulate clothing designs. This innovative approach combines traditional fashion design principles with cutting-edge technology, creating new digital materials and techniques. The development of digital fashion has been driven by rapid advancements in technology, including CAD [1], 3D printing, and virtual and augmented reality (VR and AR) [2].

Digital technology could create various effects in contemporary Chinese style digital fashion design. This allows designers to create new and innovative plans that incorporate traditional Chinese elements in a modern way. The use of augmented reality and virtual reality to create more immersive and interactive experiences. This could allow consumers to try different digital fashion designs without leaving their homes. Artificial intelligence (AI) is used to create more personalized and customized

designs. This could allow consumers to make digital fashion designs tailored to their preferences. The use of blockchain technology to create a more secure and transparent supply chain for digital fashion. This could help to ensure that consumers are getting authentic and ethical products.

Digital fashion design has the characteristics of reproduction, interpretation, and experience. We can further elaborate on the formation of contemporary Chinese style fashion design characteristics based on the design characteristics driven by these unique technologies.

Representation in digital fashion refers to the visual and audio presentation of fashion designs using digital tools and technologies. It includes using computer-generated graphics, 3D modelling and augmented reality to showcase fashion designs. Digital tools also allow for greater customization and personalization in fashion design, leading to a more diverse representation of fashion styles.

Contemporary Chinese style in digital fashion design is a fusion of traditional Chinese culture and modern digital technology. The application of traditional Chinese design elements and the inheritance and development of excellent Chinese culture. These elements can include motifs, patterns, colors, and symbols from Chinese history and culture. For example, a digital fashion design might feature a qipao with a dragon or phoenix motif or a jacket with a traditional Chinese floral pattern. It is of interest to study the Chinese images of totems in modern textile design by Gao and Yezhova [3].

Interpretation in digital fashion refers to the meaning and value attributed to fashion designs in the digital space. It includes the interpretation of fashion trends and styles and the interpretation of cultural and social meanings associated with fashion. Digital fashion also allows for greater inclusivity and diversity in fashion interpretation, as designers can create designs that reflect different cultural and social perspectives. With the use of algorithmic design and computational media in digital fashion, designers can introduce innovative and unique design elements into traditional patterns and shapes, resulting in new and exciting fashion designs that combine tradition with modern technology. Digital brand marketing and promotion, emerging fashion communication channels and forms, such as short video delivery platforms, virtual anchors and spokespersons, all impact China's fashion industry and new future stylized design trends.

Digital fashion experience refers to the interaction between consumers and digital fashion. Digital fashion offers new opportunities for consumers to experience style in new ways, including through virtual try-ons, virtual fashion shows, and augmented reality experiences. Personalizing designs allows consumers to customize digital fashion designs to their preferences using IP elements. IP elements, such as characters from popular movies or TV shows, can be used to create digital fashion designs that are more appealing to younger consumers. The use of NFTs (non-fungible tokens) to create

digital fashion designs that are unique and collectible. This could open new possibilities for digital fashion designers to sell and distribute their work. They are creating interactive experiences. This allows consumers to interact with digital fashion designs in a more immersive way.

In recent years, there has been a growing interest in contemporary Chinese style in digital fashion design. This is due to a number of factors, including the increasing prominence of Chinese culture on the global stage, the growing number of Chinese consumers, and the development of new technologies that allow designers to create more realistic and immersive digital fashion experiences. With the advancement of technology, we can expect to see more innovative and creative ways of using digital fashion to express our identity and connect with others. Designers can blend traditional Chinese culture with modern fashion, and consumers can express their Chinese identity through fashion. Digital fashion design stands apart from traditional fashion design because it is more interactive and personalized. Consumers can immerse themselves in digital fashion designs and customize them to suit their personal preferences.

Analysis of previous researches. The topic of contemporary Chinese style in fashion design is considered in various books, articles and publications have explored chinoiserie design in fashion design. Research and discussion have been carried out on many aspects such as design thinking, shape and function, culture, society and consumption. There are relatively few articles about the reasons for the formation of contemporary Chinese style in digital fashion design, contemporary applications, and future design trends.

In the dissertation Elise Dee Co [4], it argues that fashion exists as a way for people to express themselves to others, to reflect portions of their personality in their outward appearance, and to distinguish themselves as individuals. Fashion design, electronic design and computer

programming are mature fields in their own right, making it difficult to develop a design approach that combines the three. The goal of her research is to create new computationally-based examples of clothing that provide expressions that are not possible with traditional clothing technology, and through her research show how technology can enhance these expressions of what we wear.

In the article Wenen Xu [5], fashion and clothing are considered primarily a multisemiotic discourse, which creates meaning through various semiotic modes or resources. And the evidence validates that clothing serves as a form of fashion in which they use an assortment of semiotic resources for synergistic communication during design processes. In addition, analysis of the data reveals a close relationship between meaning and its accompanying social context.

In the article by Yuru Ma and Xiangyang Bian [6], stated that Chinese themes and styles have a rich history internationally. Both Chinese and Western designers incorporate them, but there are differences in interpretation. Contemporary Chinese theme fashion can be viewed as modern and exotic in the West, while in China, it represents a retro theme. A wide range of elements should be used to achieve balance in design, and a balance between conservative and avant-garde features should be struck.

In the book [7], Professor Wu Haiyan believes that the construction of Chinese style fashion design includes not only Chinese style drawing, creation, and modelling, but also the potential for imaginative innovation considering the relationship between group and science, pattern and life. It is a gradually constructed open, cross-border, and system-wide discipline. The development of Chinese style fashion is correlated with the development of science and technology, lifestyle, and Chinese style design.

The article [8], edited by Abu Sadat Muhammad Sayem, analyzes Digitalisation is visibly present in different aspects of fashion design, manufacture, business, and product

features. It is easy to perceive it through the use of digital technologies available for application in the fashion industry. The technological innovations that are making digital fashion possible can be clustered under the four following themes: (1) digital design and e-prototyping, (2) digital business and promotion, (3) digital human and metaverse, and (4) digital apparel and smart wearable technology.

Chinese fashion has inspired the Western world throughout history, especially in the silk trade with the Roman Empire. Chinese motifs and clothing from the imperial era have influenced Western designers, leading to innovative fashion designs [9]. In the article by Delong, Wu, and Bao, conducted a study on the role of aesthetic characteristics in fashion design. Previous research on Chinese fashion has only explored one aspect related to aesthetic elements or values [10].

In the article by Rolling and Teel [11], the authors expand our understanding of how people appreciate electronic clothing. Interview data showed that participants viewed apparel without electronics as fashion, with digital music as art, and with colored lights as costumes. Based on these findings, this research recommends that designers in various fields, such as apparel, art, performing arts, cosplay, and more, carefully consider the results they wish to achieve when incorporating sensory cues into clothing. At the same time, the issue of contemporary Chinese style art and aesthetic characteristics, the development of digital fashion technology, and consumer experience and fashion communication also need further research.

Chinese fashion designers interpret their own culture through retro themes, while foreigners see it as an artistic recreation of other traditions. To balance conservative and avant-garde styles, designers must improve their skills and explore Chinese materials. They should also balance Chinese civilization and international fashion aesthetics to establish core values in contemporary Chinese fashion.

Statement of the problem. Analyzing the characteristics of the contemporary Chinese style in digital clothing design, we can study the modern trend formed from the perspectives of media, technology, and consumer experience and compare it with traditional Chinese clothing design. This article aims to analyze the artistic aesthetic characteristics that influence contemporary Chinese style digital fashion design, practice creation and suggest modern digital design solutions in the design of jewelry, style, and clothing.

Results of the research and its discussion. China has a wealthy traditional cultural heritage; many shapes, stories, and other elements can be used in art design creation. In contemporary Chinese style design, it can be converted into four categories for design application: form elements, content elements, media elements, and market elements.

The world-famous three-story blue tile-roofed cylindrical building in the Temple of Heaven in China implies the cosmology of traditional Chinese philosophy. The classical gold wire winding represents the glazed tiles and architectural columns on the Temple of Heaven, which means "the unity of man and nature." Pear-cut gemstones dangle from the base, adding a touch of movement to the majestic look. Through the resetting of the shape and implication of graphic elements, the designer animated the characteristic elements such as lines, light and shadow, and neatness of the Hall of Prayer for Good Harvests, abstractly reflected the outline of the Hall of Prayer for Harvests and the classical decoration inside, and innovatively designed a new Chinese style of "traditional + modern" style. The designer uses the software Rhino7 to model three sets of earrings in different shapes, and then uses the software critical shot to render and color them. They have finally completed three sets of design drawings and physical production of the Temple of Heaven earrings with different themes. Fig. 1 and Fig. 2 show the design project of a digital fashion jewelry made by the student of the bachelor's Digital Media Art at Beijing Technology and

Business University Rongjie Wang, scientific supervisor of the project is Simiao Wu.

To the graphic design and the final physical display, new ideas have also been explored in the new media fashion. This design project also surveyed people under 35 in 2022. Among the 300 questionnaires returned, the survey results show that nearly 84% of people know or have heard of the new Chinese style, and 92% of people can accept this culture and are willing to try it. According to the questionnaire survey, nearly 92.31% of people think design works should include displaying model try-on renderings and videos.

Aurora powder is used in the actual production of the nail piece decoration design, which can refract blue and purple changes at different angles to reflect the sense of flow; in addition, the algae well in the Temple of Heaven, as the brightest starry sky in ancient buildings, is also decorated with stars and moon elements as a whole; pearl fan-shaped elements and flow The changing earrings echo each other. Therefore, during the creation, the elements of the stars and the moon were also selected as embellishments to emphatically express the part that portrays the sky, showing the universe where the stars flow, as if giving a response to the dialogue in the Hall of Prayer for Good Harvests. Fig. 3 shows the design project of a digital fashion jewelry made by the student of the bachelor's Digital Media Art at Beijing Technology and Business University Rongjie Wang, scientific supervisor of the project is Simiao Wu.

The motion pictures are far more impactful than the simple photo of the real thing, and the level of planting is deep. Using novel and vivid visual presentation methods such as fashion blockbusters and images is more in line with the public's aesthetic consciousness, and it is easier to narrow the distance between Chinese traditional culture and the public. Finally, export the video by rotating and zooming in. These video clips will be added to the finished film to enhance the sense of interaction between reality and virtual reality.

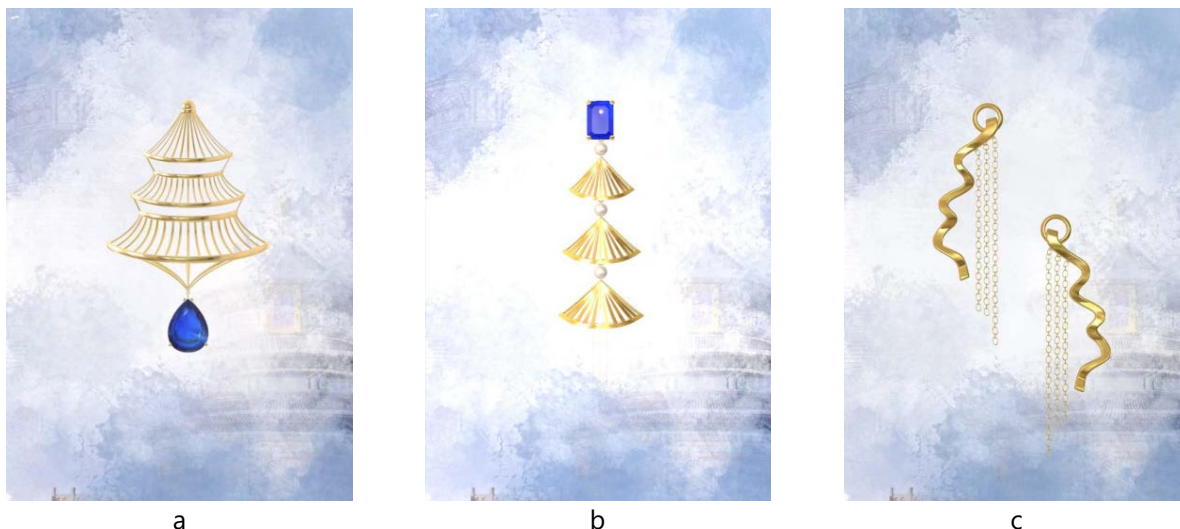


Fig. 1. Examples of Digital Design: Rendering of "Liutan" Temple of Heaven earrings: a – "Flow", b – "Rheological", c – "Vision", author Rongjie Wang, China, 2022



Fig. 2. Examples of Temple of Heaven earrings, author Rongjie Wang, China, 2022



Fig. 3. Examples of Nails Product and its Motion Design effects, author Rongjie Wang, China, 2022

In addition, Chinese traditional clothing showcases distinctive patterns and colors that convey artistic and symbolic meanings. The dragon inscriptions symbolize royalty, while floral designs represent nobility and purity. Auspicious clouds, goldfish, and tuanlong

patterns signify good luck and happiness. The five colors of red, yellow, blue, white, and black hold emotional significance based on the five elements theory. "Qingjie" by Yu Qianzi is a typical Chinese style virtual fashion design that innovatively blends traditional Chinese blue and

white elements with Western culture, surpassing its predecessor "Blue and White" series (Fig. 4).

Chinese traditional culture classic story IP, or intellectual property, refers to the characters, stories, and other elements from Chinese traditional culture that can be used in commercial products. IP-driven fashion design can include anything from clothing and accessories to toys and games. Chinese traditional culture classic story IP in commercial products has become increasingly popular in recent years. It is due to several factors, including the growing popularity of Chinese culture worldwide, the increasing demand for unique and innovative products, and the desire of businesses to connect with consumers emotionally.

Generative AI artists need to be intentional in selecting training data, crafting prompts, and using AI-generated artifacts for creative applications. Research is needed to establish meaningful human control in the context of generative AI, including intent, predictability, accountability, and expression. It's important to identify existing interactions that allow for artistic agency and introduce controls for increased transparency and responsiveness. The aesthetics and cultural norms embedded in training data may impact the diversity of artistic outputs [12].

Integrating AI and AR technology is transforming consumer shopping experiences and increasing business efficiency. Innovations such as virtual try-on features allow customers to see how clothing looks on them without physically trying it on, reducing the number of returns and increasing customer satisfaction. Currently, the market is witnessing the rise of ChatGPT and AIGC [13]. While Chinese technology companies are investing more in AI development, as seen in the launch of Baidu's Ernie Bot, media platforms in China are also exploring the AI language model. Meanwhile, the fashion industry is also embracing AI, with early adopters among fashion technology companies expecting to experience rapid growth thanks to policy support and industrial investment.

The use of AI technology has not only provided designers with new sources of inspiration but has also opened up a variety of new options. This technology has already made its way into various industries like e-commerce, live streaming, beauty, and others. The application of virtual digital humans has become increasingly valuable in both business and daily life.

Xi Jiajia is the fourth virtual human launched by Baidu Group, and also a digital human generated by artificial intelligence. Xi Jiajia describes herself as "Xi Jiajia, born in 2000, Capricorn, 168 cm tall, a technological girl from the universe". Her name, hairstyle and makeup are all generated by AI, and she can think and create with AI, realize AI editing, AI Painting, AI composition. Xi Jiajia entered the virtual fashion field for the first time and opened the runway show, bringing new ways and opportunities to the "digital show" era in the fashion circle. With the theme of "Reimagining the Movement", Anta teamed up with Baidu's virtual idol Xi Jiajia to appear on the 2022 virtual show of SS23 China International Fashion Week (Fig 5).

Stories and content curated around digital personas are what give fashion brands real impact and have an effect on their target audience. More and more brands want to use virtual internet celebrities to achieve their marketing goals. Digital fashion design has also brought more new situations of media communication to Chinese style fashion design. The national style virtual character Ling LING, born in mid-2020, has cooperated with GUCCI Gucci Beauty, Pechoin, and other beauty brands in 2021. In 2023, Shiseido will invite four virtual digital humans to endorse the product through the official account of Xiaohongshu. Particularly Gen Z shoppers are driving this change. Fashion companies in China are also exploring new technologies such as Metaverse. This is an immersive 3D online environment where users can interact with each other through avatars. This offers opportunities for brands to increase engagement with customers in a unique way.



Fig. 4. Examples of designer's virtual fashion works "Qingjie" series, author Xizi Yu, China, 2022



Fig. 5. Virtual idol Xi Jijia on the virtual show of SS23 China International Fashion Week, author Baidu, China, 2022

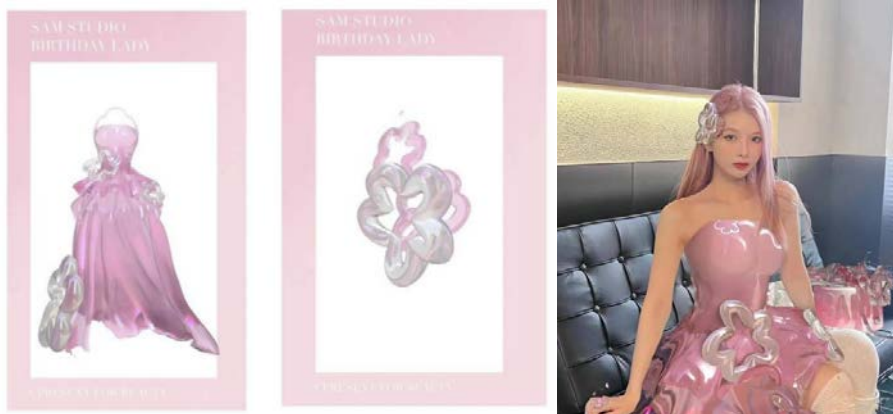


Fig. 6. Virtual Product and it's pop idol try on effect, author Shengai Miao, China, 2022



Fig. 7. Virtual fashion "Xingmeng Qinghe" from the "Deep Sea Nebula" series of AVAR virtual label, author AVAR, China, 2022

Those who work in fashion communication create and share fashion-related information across various platforms. One such platform that has gained popularity among young people for making consumption decisions is Xiaohongshu. Several reasons for its success include its willingness to share and advanced consumption awareness, which creates a unique atmosphere. Digital fashion is rapidly evolving with AR apparel try-on and wearable NFTs. R-Space is an NFT platform launched by Xiaohongshu in Nov 2021 that uses AR and 3D technology for digital collectibles trading and creative expression. Additionally, the sales scene focuses on lifestyle and is highly consumption-oriented, while the content consists mainly of pictures and text, making consumption efficient.

A virtual costume design created by Miao Shengai has become incredibly popular on Xiaohongshu. Xu Yangyuzhuo, a member of pop idol group SNH48, recently posted three digitally altered photos on the platform in which she sports Miao's designs. The outfit, which looks like something a princess would wear, features colors such as pink, white, blue, purple, and metallic red. It has thousands of comments, thanks to its smooth texture, metallic lustre, and traditional Chinese design elements like peach blossoms and dragon patterns (Fig. 6).

AVAR is a virtual label in China, which owns virtual human IP, virtual fashion brands, digital art generators and other businesses. In the October issue 2022 of "Harper's Bazaar", supermodel Zhang Lina wore the virtual fashion "Xingmeng Qinghe" from the "Deep Sea Nebula" series of AVAR virtual labels (Fig. 7).

Based on the 2022 McKinsey fashion industry report [14], China's fashion industry is constantly evolving and upgrading. All parties involved in the industry need to work together to focus on three main themes: brand upgrading, design leadership, and industrial ecological optimization. These themes will empower and promote China's fashion industry. Advanced development in the fashion

industry will improve competitiveness and voice. Chinese consumers are becoming more mature and rational, with Generation Z consumers gradually becoming the main force of consumption. This presents new opportunities for brands and the fashion industry, particularly in cultural confidence, self-expression, and digital shopping methods.

Conclusions. The formation of contemporary Chinese style in digital fashion design involves a wide range of ever-changing constituent factors, leading the future development direction of Chinese fashion design. This article starts from the reproduction, interpretation, and experience characteristics of digital fashion design, and Analyzes the formation of contemporary Chinese fashion design characteristics. Combined with specific cases, it elaborates on form, content, media and market elements. New technology can enhance Contemporary Chinese style digital fashion design, market trends, consumer demand, aesthetics, and social-cultural expression. By analyzing and exploring these factors, innovative and practical creations can be developed, leading to new digital trends in the fashion industry.

By analyzing the fashion design project of the Tiantan series, we conclude that it is necessary to move away from the traditional "Chinese-style" approach and transform the Temple of Heaven into a more modern and dynamic form to capture the audience's interest in Chinese culture. The beauty of traditional art lies in its ability to showcase the Chinese people's appreciation for the past and future, their boundless creativity in daily life, and their distinctive romantic spirit.

And after analyzing the new fashion media and consumer trends, it's clear that Gen Z in China is actively participating virtually by sharing their unique styles on social media. To stay ahead in Chinese fashion design, it's essential to establish virtual brands, characters, and materials in the Metaverse. In recent years, Chinese style clothing has gained popularity internationally, with Chinese elements

becoming a prominent feature in the fashion industry. Moreover, China's fashion industry is undergoing a significant transformation due to

the increasing demand for high-quality, healthy, sustainable and personalized lifestyles from consumers.

Література:

1. Yezhova O. Theory and practice of design preparation of fashion production using computer tools. *Modern science and education: problems and development prospects: series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts University of Technology, Katowice*. Monograph 51. Katowice: Publishing House of University of Technology, 2022. P. 46–64. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19649/3/yezhova_monograph_katowice2022-46-64.pdf (Last accessed: 15.08.2023).

2. Yezhova O., Pashkevich K. Constructing virtual mannequins with different postures for purposes of 3D design of the clothes. *Songklanakarinn Journal of Science and Technology (SJST)*. 2021. Vol. 43. №2. P. 392–397. DOI: 10.14456/sjst-psu.2021.51.

3. Gao X., Yezhova O. Chinese traditional patterns and totem culture in modern clothing design. *Art and Design*. 2023. Vol. 22. № 2. C. 20–30. DOI: 10.30857/2617-0272.2023.2.2.

4. Elise Dee Co. *Computation and technology as expressive elements of fashion*: Doctoral dissertation. Massachusetts Institute of Technology. 2000. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/4425563.pdf> (Last accessed: 15.08.2023).

5. Xu W. Multisemiotic Discourse on Fashion and Clothing in Contemporary China. *Fashion in 21st Century China: Design, Education, and Business*. Singapore: Springer Singapore, 2021. P. 35–54. DOI: 10.1007/978-981-16-2926-6_3.

6. Ma Y., Bian, X. Research on Contemporary "Chinese Theme" Fashion Design based on Aesthetic Distance Theory. *Asian Social Science*. 2020. Vol. 16. №10.

7. Xiangyang Bian. *Theory and practice of contemporary Chinese style and fashion design*. China: Donghua University Press, 2021. P. 6–8.

8. Sayem A. S. M. Digital fashion innovations for the real world and metaverse. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 2022. Vol. 15. №2. P. 139–141. DOI: 10.1080/17543266.2022.2071139.

9. Hou A. Y., Orzada B. T., Cobb K. From Auspicious to Suspicious Evaluating the Intention and Use of Imperial Chinese Symbolism in Contemporary Fashion. *International Textile and*

Apparel Association Annual Conference Proceedings. 2017. Vol. 74. № 1. Iowa State University Digital Press. URL: <https://iastatedigitalpress.com/itaa/article/id/1823/> (Last accessed: 15.08.2023).

10. Delong M., Wu J. Bao M. The influence of Chinese dress on Western fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 2005. Vol. 9. № 2. P. 166–179. DOI: 10.1108/13612020510599321.

11. Rolling V., Teel K. P. Perceptions of an Electronic Dress as Fashion, Art, and Costume. *Dress*. 2021. Vol. 47. №2. P. 167–179.

12. Epstein Z., Hertzmann A., Herman L., Mahari R., Frank M. R., Groh M., Schroeder H., Smith A., Akten M., Fjeld J., Farid H., Leach N., Pentland A., Russakovsky O. Art and the science of generative AI: A deeper dive. *arXiv preprint arXiv*. 2023. №2306.04141. DOI: 10.48550/arXiv.2306.04141.

13. Jun Li. China Insight: ChatGPT and Chinese Fashion Companies – a New Field of Competition 2023. URL: <https://www.aol.com/lifestyle/china-insight-chatgpt-chinese-fashion-143000013.html> (Last accessed: 15.08.2023).

14. McKinsey and company (2022). 由量转质：开启中国时尚产业跃迁新征程. McKinsey China New Media Design. P. 40–43. URL: <https://www.mckinsey.com.cn/wp-content/uploads/2022/09/%E9%BA%A6%E8%82%AF%E9%94%A12022%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%97%B6%E5%B0%9A%E4%BA%A7%E4%B8%9A%E7%99%BD%E7%9A%AE%E4%B9%A6.pdf> (Last accessed: 15.08.2023).

References:

1. Yezhova, O. (2022). Theory and practice of design preparation of fashion production using computer tools. *Modern science and education: problems and development prospects: monograph*, 51, 46–64. Katowice: Publishing House of University of Technology. <https://doi.org/10.54264/M006>.

2. Yezhova, O., Pashkevich, K. (2021). Constructing virtual mannequins with different postures for purposes of 3D design of the clothes. *Songklanakarinn Journal of Science and Technology (SJST)*, 43(2), 392–397. <https://doi.org/10.14456/sjst-psu.2021.51>.

3. Gao, X., Yezhova, O. (2023). Chinese traditional patterns and totem culture in modern

clothing design. *Art and Design*, 2(22), 20–30. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.2.2>.

4. Elise Dee Co. (2000). *Computation and technology as expressive elements of fashion* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology). <https://core.ac.uk/download/pdf/4425563.pdf>.

5. Xu, W. (2021). Multisemiotic Discourse on Fashion and Clothing in Contemporary China. In *Fashion in 21st Century China: Design, Education, and Business*. Singapore: Springer Singapore, pp. 35–54. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2926-6_3.

6. Ma, Y., Bian, X. (2020). Research on Contemporary "Chinese Theme" Fashion Design based on Aesthetic Distance Theory. *Asian Social Science*, 16(10).

7. Xiangyang, B. (2021). *Theory and practice of contemporary Chinese style and fashion design*. China: Donghua University Press, pp. 6–8.

8. Sayem, A. S. M. (2022). Digital fashion innovations for the real world and metaverse. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 15(2), 139–141. <https://doi.org/10.1080/17543266.2022.2071139>.

9. Hou, A. Y., Orzada, B. T., Cobb, K. (2017). From Auspicious to Suspicious Evaluating the Intention and Use of Imperial Chinese Symbolism in Contemporary Fashion. In *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 74(1). Iowa State University Digital Press. <https://iastatedigitalpress.com/itaa/article/id/1823/>

10. Delong, M., Wu, J., Bao, M. (2005). The influence of Chinese dress on Western fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 9(2), 166–179. <https://doi.org/10.1108/13612020510599321>.

11. Rolling, V., Teel, K. P. (2021). Perceptions of an Electronic Dress as Fashion, Art, and Costume. *Dress*, 47(2), 167–179.

12. Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder H., Smith A., Akten M., Fjeld J., Farid H., Leach N., Pentland A., Russakovsky, O. (2023). Art and the science of generative AI: A deeper dive. *arXiv preprint arXiv: 2306.04141*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.04141>.

13. Li, J. (2023). China Insight: ChatGPT and Chinese Fashion Companies – a New Field of Competition URL: <https://www.aol.com/lifestyle/china-insight-chatgpt-chinese-fashion-143000013.html>.

14. McKinsey and company (2022). 由量转质：开启中国时尚产业跃迁新征程 [From Quantity to Quality: Opening a New Journey for China's Fashion Industry]. McKinsey China New Media Design, pp. 40–43. <https://www.mckinsey.com.cn/wp-content/uploads/2022/09/%E9%BA%A6%E8%82%A%E9%94%A12022%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%97%B6%E5%B0%9A%E4%BA%A7%E4%B8%9A%E7%99%BD%E7%9A%AE%E4%B9%A6.pdf> [in Chinese].

^{1,2}У С., ¹ЄЖОВА О. В.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Пекінський університет технологій і бізнесу, Пекін, Китай

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОГО СТИЛЮ В ДИЗАЙНІ ЦИФРОВОЇ МОДИ: НА ПРИКЛАДАХ ВИРОБІВ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

Мета: проаналізувати художньо-естетичні характеристики, які впливають на сучасний цифровий дизайн одягу в китайському стилі, практику створення та запропонувати сучасні цифрові дизайнерські рішення в дизайні ювелірних виробів, стилю та одягу.

Методологія. Використані теоретичні та практичні методи дослідження: аналіз наукової та фахової літератури з теми дослідження, проектування на основі еволюції візерунків і форм, аналіз аналогів об'єктів дизайну, дизайн-проекування та створення продукту з використанням спеціалізованого програмного забезпечення.

Результати. Розкрито основні риси сучасного китайського стилю в дизайну одягу та персонального іміджу. Узагальнено основні характеристики стилевих рішень дизайну сучасного китайського цифрового одягу і персонального іміджу. За результатами дослідження розроблено проекти цифрового дизайну ювелірних виробів та персонального іміджу.

Наукова новизна. Проаналізовано характеристики основних форм дизайну цифрової моди в китайському стилі, виявлено тенденції розвитку, які впливають на сучасний китайський дизайн виробів індустрії моди, узагальнені деякі практичні результати дизайну цифрової моди.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані для аналізу та розроблення промислового та орієнтованого на індивідуального споживача дизайну одягу, ювелірних прикрас та персонального іміджу в китайському стилі. Результати дослідження можна використовувати для подальшого вивчення цифрового дизайну одягу та персонального іміджу в китайському стилі для медіаконтенту.

Ключові слова: китайський стиль; дизайн одягу; цифрова мода; медіа контент; дизайн ювелірних виробів; дизайн стилю; китайська культура.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

У Симяо, аспірантка, Київський національний університет технологій та дизайну, викладач, факультет цифрового медіамистецтва, Пекінський університет технологій і бізнесу, Китай, ORCID: 0009-0004-8820-9171, **e-mail:** wusimiao@hotmail.com

Єжова Ольга Володимирівна, д-р пед. наук, канд. техн. наук, професорка, професорка кафедри моди та стилю, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID: 0000-0002-5920-1611, Scopus 57200291293, **e-mail:** oyezkhova70@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Wu S., Yezhova O. V. Features of contemporary Chinese style in digital fashion design: cases of fashion industry products design. *Art and Design*. 2023. №3(23). С. 68–78.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.6](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.6)

Citation APA: Wu, S., Yezhova, O. V. (2023) Features of Contemporary Chinese Style in Digital Fashion Design: Cases of Fashion Industry Products Design. *Art and Design*. 3(23). 68–78.

УДК 7.012

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.7.

^{1,2}YU Z., ¹PASHKEVYCH K. L.¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine²College of Design and Art, Shaanxi University of Science and Technology, Xian, China

INNOVATIVE APPLICATION OF TRADITIONAL BAMBOO WEAVING IN MODERN FURNITURE DESIGN

The purpose of the study is to explore the approaches and strategies of integrating traditional bamboo weaving elements into modern furniture design.

Methodology. The methodology of this paper is based on a literature review and a case study analysis. The literature review provides a theoretical framework and a historical background of bamboo weaving as a traditional craft and a cultural expression. The case study analysis examines examples of modern furniture designs that use bamboo weaving as a main or complementary element, and evaluates their functionality, aesthetics and sustainability. The paper uses qualitative and descriptive methods to analyze the data and draw conclusion.

Results. This paper summarized the two visual expression forms of traditional bamboo weaving in furniture design and put forward three application principles and innovative methods of bamboo weaving in modern furniture design.

Scientific novelty. Based on the attributes of bamboo weaving culture and technology, this article summarized the expression form, application principles and innovative methods of traditional bamboo weaving applied to modern furniture design.

Practical significance. This article provides some methods of combining traditional craft and modern design for designers, which can enhance the cultural value and aesthetic appeal of furniture products. It also contributes to the preservation and inheritance of bamboo weaving as a traditional skill and a cultural heritage, which can enrich the diversity and vitality of contemporary design culture.

Keywords: bamboo weaving craft; furniture design; innovative application methods; product design.

Introduction. Bamboo is a versatile material that has been used in various domains of literature, art, technology and tools since ancient times. As a commonly used material in fishing and agriculture, bamboo has an important influence on people's daily lives. With the development of industry and agriculture, bamboo weaving utensils have been widely applied in various areas of life and work, becoming the primary production method for various household tools [1]. The craft of bamboo weaving has continuously improved, resulting in exquisite and durable bamboo weaving products that exist in various forms in people's daily lives.

Furniture is an essential tool for human beings to maintain a normal life, engage in production practices, and carry out social activities [2]. Bamboo furniture manufacture can include the bamboo weaving process, which is rich in variety and has both practical

function and aesthetic value [3]. On one hand, bamboo furniture has strong load-bearing capacity and is resistant to deformation. It has good breathability and is less prone to bacterial growth. It is also environmentally friendly due to its natural properties. On the other hand, bamboo furniture offers a variety of shapes and beautiful patterns, and it is easy to process. Nowadays, the demand for bamboo furniture in the market is increasing, which leads to continuous progress and innovation in bamboo weaving techniques to create bamboo furniture that meets people's aesthetic preferences and market requirements. By combining traditional bamboo weaving techniques with modern furniture design, we can promote traditional craftsmanship on a larger scale and maximize the display of the excellent characteristics of bamboo materials [4].

Analysis of previous researches. In all times bamboo weaving attracts researchers'

attention. The research mainly focuses on modernizing bamboo weaving through aspects such as form design, cultural connotations, and modern scientific technology. Many scholars (Yu *et al.*) [5] have studied representative cultural heritage patterns, such as extracting plant decorative patterns and integrating them with bamboo weaving for innovative product design. These patterns are then showcased through bamboo weaving techniques, which is a commonly used approach in contemporary bamboo weaving research.

Bamboo culture, as a symbol of Chinese literati and scholars, has a long-standing tradition in China. Researchers Chen M. Y. and Zhang Z. F. [6] explored the innovative application of emotional factors in bamboo furniture design, based on the three levels of emotional design proposed by Norman (2003) [41]: visceral, behavioral, and reflective. They analyzed the shape, material, and color of bamboo furniture from an emotional perspective and proposed some design guidelines.

From the perspective of design aesthetics, the authors Yang W. Y. and Zhang F. C. [7], Xue Y. J. [8] and others proposed an innovative design principle guided by modern life aesthetics and centered on functionality, advocating to design bamboo-made household products that suit modern lifestyle and popular taste from three aspects: functional innovation, formal innovation, and craft innovation.

Bamboo is a natural, environmentally friendly, and highly renewable material. A number of scholars Liu Z. M. and Yu G. W. [9], Wu S. H. and Fan K. K. [10], Wen *et al.* [11] investigated its environmental properties and evaluated the sustainability of bamboo furniture from social, economic, and environmental perspectives throughout its life cycle. They proposed several strategies, methods and principles for the sustainable design of bamboo furniture.

Bamboo weaving craft, a traditional handicraft of ethnic minorities with regional characteristics, can enhance the aesthetic and

spiritual value of modern furniture design, as well as preserve and disseminate ethnic minority culture. Researchers Wang G. [12], Lin L. P. and Huang S.Y. [13], Xu *et al.* [14] analyzed the relationship between folk culture and bamboo furniture, and suggested innovative ways and techniques to incorporate bamboo weaving craft into modern furniture design, but there was no single-dimensional in-depth study. Their study offers insights for integrating traditional craft into contemporary design.

Author Chen Z. J. and He X. Q. [15–17] published a series of researches on bamboo decorative furniture in 2016. The works according to the characteristics of China traditional bamboo culture and bamboo weaving, this article studies the design ways of bamboo weaving decorative furniture and recommends design approaches based on three aspects such as requirements, morphology, culture etc. Hope to impress the traditional bamboo craft with innovative way of thinking and combine with modern furniture production technology to design the bamboo weaving furniture with new design approaches.

Based on the user's demand for bamboo furniture products, the weight values of various factors affecting the user's purchase of bamboo furniture are quantified, and the design basis is provided for the designer according to the weight values. A number of scholars Liu A. and Chang L. [18], Luo *et al.* [19], Dong *et al.* [20] summarized the innovative strategies of product design methods for bamboo furniture in modern living fields, such as analytic hierarchy process, TRIZ theory subsystem synergistic evolution law, lightweight design, modular design, etc., which provide reference and inspiration for the application of traditional crafts to modern furniture design.

To explore the design direction of bamboo furniture, Authors Xu B. [21], Wu S. H. and Ho M. C. [22], Wang *et al.* [23] conducted the application in furniture design from different classifications and characteristics of bamboo material. They showed the situation and effect in the modern life when they combine with

different materials, such as stainless steel, wood, and so on. They determined the path of integrating bamboo and diverse materials into furniture design, satisfying the different needs of modern furniture in terms of practicality and emotional appeal.

Researchers Zhao *et al.* [24], Liu *et al.* [25] took reconstituted bamboo and round bamboo as the research objects, analyzed the mechanical and structural characteristics of bamboo, and summarized the structural forms and functional features of furniture. Specifically, they proposed innovative design methods of bamboo furniture with lightweight, portable, flat and functional diversification from the aspects of module design etc., composite material design innovation and joint structure component optimization.

Acknowledging the conducted research, it is worth noting that there is a lack of unified principles and methods for applying traditional bamboo weaving to modern furniture design of various styles. Further research is needed to explore and prospect the development of the mentioned field of design.

Statement of the problem. The aim of the work is to identify the visual expression forms of traditional bamboo weaving in furniture design include various patterns, textures, and structures created through weaving techniques.

Results of the research and its discussion. Bamboo is a natural green material with good mechanical strength and bending strength, and it is currently being promoted by many designers as a green material in furniture design (Sharma *et al.*) [26]. The weaving techniques used in flat and three-dimensional bamboo weaving are different. Commonly used flat weaving techniques include the pick and press method and the through and through method. The different thicknesses of the bamboo strips used to weave the flat patterns and the differences in the gaps between the warp and weft lead to different results. The size of the bamboo strips used for weaving is determined by the needs of the product being

woven. For example, fine pieces are often used for weaving handicrafts, while relatively wider pieces are used for weaving furniture panels. Sometimes bamboo strips of different thickness are used in combination to give a richer visual effect.

Bamboo weaving furniture can be divided into two categories, which include those prepared as a whole and those prepared by the board. Bamboo furniture prepared as a whole is a three-dimensional piece of furniture made entirely of bamboo, which includes the skeleton and the panels. Panel preparation refers to the weaving of parts of the furniture from bamboo materials, such as sitting surfaces and cabinet doors, among others.

The visual expression of bamboo weaving into modern furniture design is usually realized in the form of plane and curved surface (Fig. 1, a). Planes have geometric and non-geometric forms. In the direction, the plane has vertical plane, horizontal plane and oblique plane. The flat bamboo braid is made of warp and weft bamboo silk or bamboo proverbs, which has the characteristics of tranquility, stability and order. In furniture design, it is commonly used as the countertop of table furniture, the seat surface of chair furniture, the door panel of backrest and cabinet furniture (Fig. 1, b), the shelf board, bed screen and screen of frame furniture. The surface is represented in space as rotating surface, non-rotating surface and free surface, and the shape has geometric surface and free surface. The curved surface is mild, soft, friendly and dynamic and so on. It is commonly used as the backrest of chair furniture, the base of table furniture (Fig. 1, c), the door panel of screen and cabinet furniture etc.

On the basis of retaining traditional bamboo weaving handicraft, introducing modern design language and modeling method can make bamboo weaving furniture more contemporary, conform to modern aesthetic, and realize the innovation of bamboo weaving furniture. We summarize four principles and methods of integrating bamboo weaving into modern furniture design.

1. The approach of bamboo weaving graphic integrated into furniture design.

Bamboo weaving is patterned by the change of thickness, interleaving and weaving of warp and weft. Each pattern is based on the basic knitting technique of "picking one and pressing one". The pattern elements of bamboo knitting are mostly animals and plants, geometry and auspicious characters. The geometric pattern is composed of the regular arrangement and distribution of geometric shapes, which is the most used pattern in bamboo weaving. Bamboo knitting patterns, whether abstract or figurative patterns, are relatively simple to deal with, easy to produce monotonous, dull feeling. Therefore, on the basis of summarizing the structure form and techniques of bamboo weaving, combining with modern graphic language, the elements, colors and composition of bamboo weaving patterns should be innovated.

There are two kinds of colors of bamboo weaving: primary color and processing color. Primary color refers to bamboo that does not do a green preservation process, bamboo due to oxidation, and natural transformation into yellow-brown. The primary color of bamboo weaving is fresh and elegant, harmonious and natural, and is the most common color matching of bamboo weaving. Processing color refers to the form of industrial infection of bamboo to make it colored. In bamboo weaving color matching, is the use of color composition, similar color, adjacent color, similar color, contrast color, and complementary color collocation. As shown in Fig. 2, a–b, the straw inlay furniture made by "A+A" design combines color and pattern ingeniously, giving the works a strong vitality and subtle fantasy texture.

Bamboo weaving patterns exhibit an aesthetically pleasing symmetry and rhythmic structure. Through innovative techniques, these patterns can be reconstructed using scattered composition forms and free weaving methods, thereby surpassing the constraints of traditional, regular bamboo weaving. This approach to

bamboo weaving has been explored in several scholarly works, demonstrating its potential for artistic expression and creative design (Fig. 2, c).

2. The way of bamboo weaving combined with new technology into modern furniture design.

Traditional bamboo weaving techniques often fail to meet the aesthetic demands of modern household goods that require visually appealing designs. Therefore, new technologies and techniques for manufacturing bamboo furniture need to be explored. To align bamboo weaving products with modern aesthetics, traditional bamboo weaving technology should be improved and innovated, focusing on enhancing the diversity of forms for bamboo weaving works. As follow in Figure 3, a, the Cocoon Plan by Rock W. and Kao M. C. [32], that is not only stylish and eco-friendly, but also illustrates the modernization of bamboo weaving techniques by showcasing the innovation of traditional close weaving and hollow weaving techniques for bamboo weaving works. They used traditional bamboo material and modern technology to create a sofa and a stool that are light, comfortable, and eco-friendly etc. The intertwining bamboo strips completes the over-sized seat and backrest that will surely provide comfort to every user.

For example, designer Zhou Y. R. and Su R. R. jointly designed the "BAMBOOL STOOL" (Fig. 3, b), which combines original bamboo and bamboo weaving techniques to produce a suitable and beautiful seat. They used an irregular knitting method to weave the stool surface with different geometric patterns. On the other hand, traditional bamboo weaving techniques are mostly handmade and have many limitations. Therefore, integrating modern mechanical processing methods in bamboo weaving can make the bamboo slices evenly distributed, the surface polished smooth, the finished product more beautiful, and reduce the scrap rate of bamboo. As Fig. 3, c shows another work by Zhou and Su [33], called "PAOPAO SOFA", which is a representative furniture design that uses a modular

combination and semi-mechanized production. The sofa is composed of a single bamboo woven ball repeatedly arranged, integrating the traditional bamboo weaving technology in Taiwan. Because of its simple form, it can be mass-produced by modern industrial technology combination production, greatly reducing the production cost. The product has both the natural sense of traditional bamboo weaving process and the modern simple form of beauty, suitable for most contemporary home furnishings. The design idea of this sofa provides a new direction for the design of

modern bamboo woven products. The optimization and deconstruction of bamboo weaving offer novel opportunities for furniture design. A range of weaving methods are utilized in furniture, with the resulting components being reassembled in unique combinations. Alternatively, fine bamboo weaving techniques can be modularly spliced and interwoven to create a dynamic and integrated curved space, as seen in Fig. 4, c–d [35]. These design strategies inspire creative approaches to expanding the traditional bamboo weaving process.



Fig. 1. The visual expression of bamboo weaving in furniture design: a – “Shimmering of heated air”, Shono Shounsai, Tokyo, Japan, 1969 [27]; b – “Sorren Media Cabinet”, Shea & Syd McGee, Utah, USA, 2014 [28]; c – “Loop Cocktail Table”, Jamie Durie, Australia, 2019 [29]

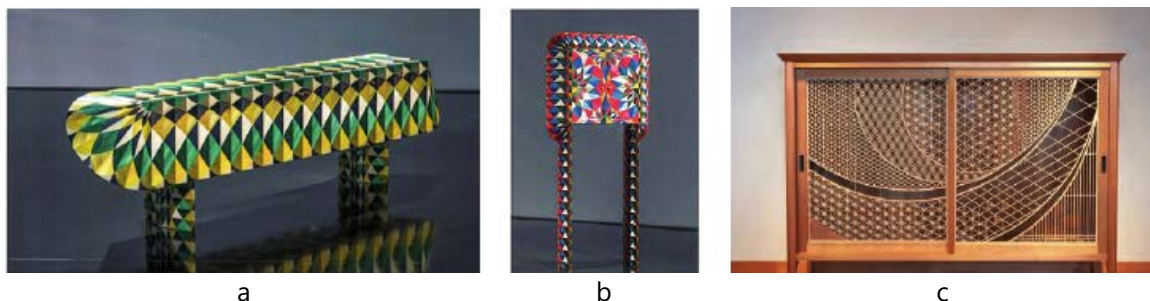


Fig. 2. Bamboo woven pattern integrated into furniture design pattern design strategy: a, b – “Exquisite Corpse”, Adma Goodrum. (Australia) & Arthur Seigneur. (France), 2020 [30]; c – “Maison & Objet Exhibitor”, Kenichi Inomata, Japan, 2019 [31]

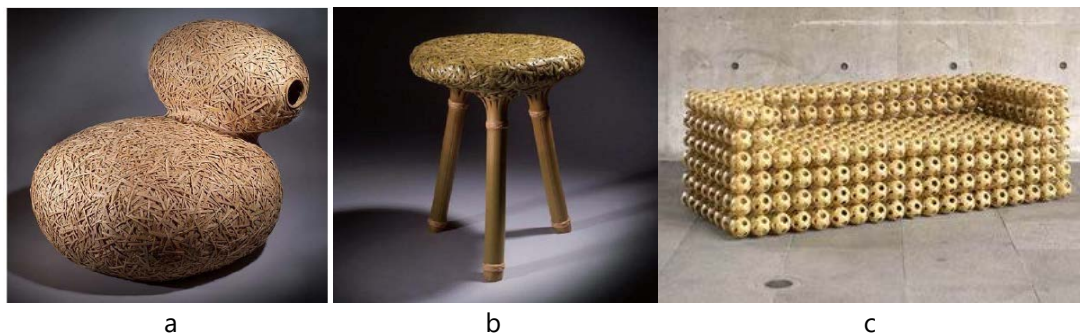


Fig. 3. The approach of bamboo weaving technologies into furniture design: a – “Cocoon plan furniture sofa”, Rock W. & Kao M. C., Taiwan, China, 2010 [32]; b – “BAMBOO STOOL”, Zhou Y. R. & Su R. R., Taiwan, China, 2011 [33]; c – “PAOPAO SOFA”, Zhou Y. R. & Su R. R., Taiwan, China, 2011 [33]

Japanese design group "Nendo" has adapted Taiwanese craft techniques, translating them into a contemporary furniture piece entitled "Bamboo Steel Table" (Fig. 4, a-b) [34], developed for Han Gallery. The properties of the thin steel strips of metal from which it is made allows the weaving method, typically used to form baskets and containers, to be explored at a larger scale. The traditional hexagon pattern, usually executed in natural fiber, improves the strength of the product through the overlapping triangular forms it creates. Instead of cutting notches into the wood and then bending the material which is often seen in bamboo furniture, this table uses another technique where vertically sliced pieces are woven upwards and outwards to form the table legs and top, creating a seamless connection. First, this was tried on bamboo before the same method was applied with steel strips. By

changing the material, Nendo brings the design into an urban context while offering more structural stability.

Bamboo upholstery panel furniture represents a novel form of bamboo upholstery and modern furniture, achieved through innovative processes that combine bamboo upholstery technology with modern panel furniture production techniques (Fig. 4, e) [36]. This type of furniture is designed to make full use of wood and its scraps, thereby improving wood utilization rates and mitigating issues such as board expansion and deformation, while simultaneously enhancing board quality. The development and design of bamboo decorative panel furniture not only reduces wood resource loss, but also leverages the unique characteristics of bamboo furniture to create a new, environmentally-friendly furniture form that warrants further exploration.

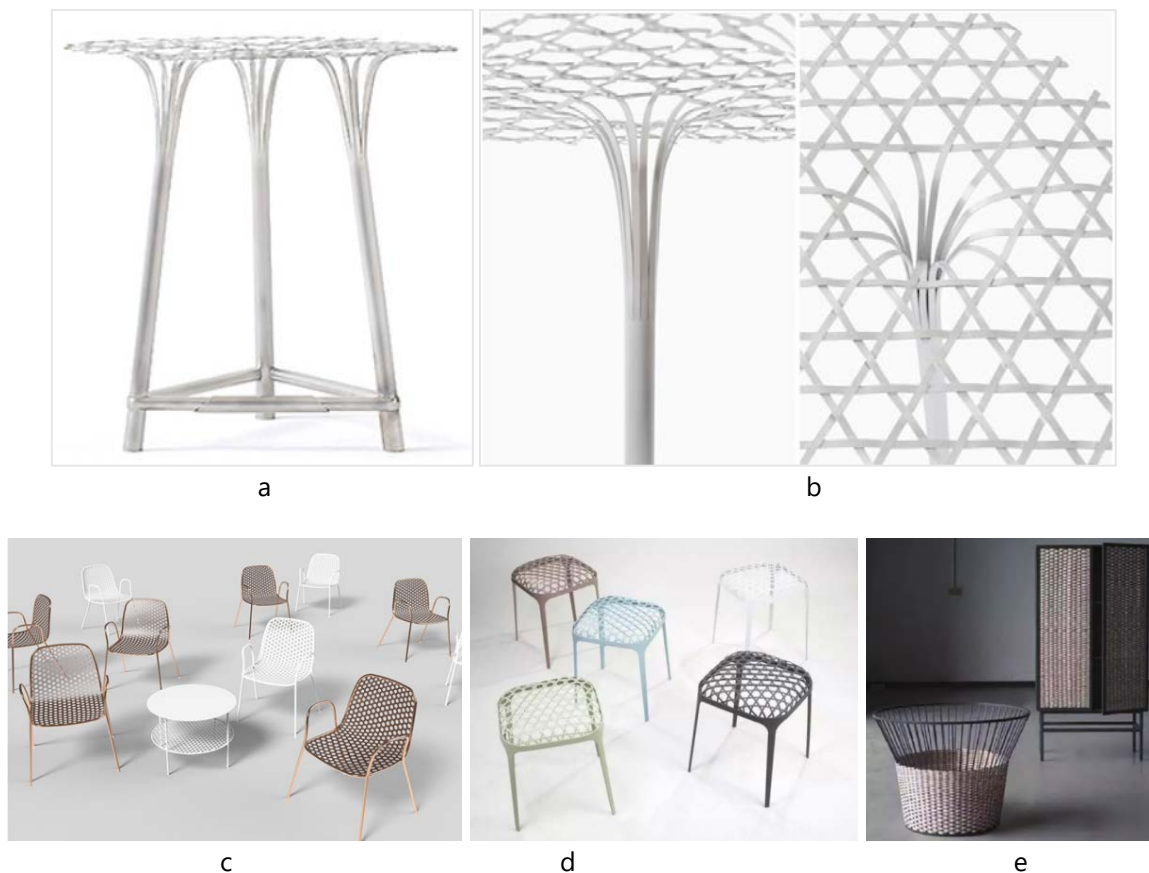


Fig. 4. The way of bamboo weaving combined with new technology into modern furniture design: a-b – "Bamboo Steel Table", Masayuki Hayashi, Japan, 2012 [34]; c-d – "Sunyata chair", Zhang J. J, Taiwan, China, 2015 [35]; e – "Meet the wicker basket", Nils Chudy & Jasmina Grase, Germany, 2017 [36]

3. The strategy of bamboo weaving and multi-material integration into furniture design.

Bamboo furniture has a great potential in the modern furniture market, but it also requires more design expressions to adapt to the modern home life. Weaving technique is a core aspect of bamboo furniture, but it can be enhanced by combining bamboo with other materials. Different materials can exhibit their unique textures, structures, colors, and glosses, which can create different visual and tactile effects. Bamboo weaving has a high plasticity, which facilitates its integration with other materials, such as plastic (Fig. 5, c) [38], metal, cloth, and even cement etc., The combination of bamboo weaving and other new materials can express the texture and characteristics of different materials through design, and convey a richer design aesthetic.

Bamboo and concrete both share a low-key and restrained style, but they also contrast each other in texture and appearance. Bamboo weaving adds some flexibility and warmth to the rigid and cold concrete, while concrete provides a solid and stable base for the delicate and intricate bamboo weaving (Fig. 5, a) [37]. Taiwanese designers Lin Ta-Chih and Hsieh Yi-Fan designed a chair work called "Ching" (Fig. 5, b) [37], which combines green bamboo and cement, and connects two completely different materials together. In the production process, the designers drilled holes on the parts, bent the parts under heating, and then cast the hourglass-shaped mortise holes on the parts with cement, connecting the bamboo parts together with cement connectors. This work uses design to redefine the meaning and relationship between the two materials, thus expressing the craftsmanship of the original materials and giving them a pure feeling.

In recent years, some designers and researchers have applied bamboo weaving techniques to tubular steel pipes, and created various furniture pieces, such as chairs, tables, lamps and so on, aimed to create a new style that integrates the natural and modern elements. There are mainly two forms of furniture design

that combine bamboo weaving and metal. One is to use metal as the frame and bamboo weaving as the furniture surface material, forming a light and textured effect (Fig. 5, d) [37]. This form can use different weaving patterns and textures to express the regional and ethnic characteristics of the furniture, as well as save wood resources, in line with the concept of ecological protection and sustainable development. Another is to use bamboo weaving as the main structure of the furniture, and connect it with metal parts, forming a three-dimensional and variable effect. This form can use the elasticity, toughness and flexibility of bamboo to create various interesting shapes, and also show the mechanical beauty and craftsmanship of bamboo. For example, the "Air Chair" (Fig. 5, e) [39] designed by Pinwu Design Studio is made of several bent bamboo strips, forming a seat that fits the human posture. The structural support of the chair is made of stainless steel pipes. The shape of the whole chair is like a petal, giving a sense of lightness and agility. As the designer described his work, this chair is a special interpretation of the traditional Chinese bamboo weaving, which reveals the limit of bamboo weight and strength, and the result shows its lightness and durability. It is proved that these techniques can give the hard metal a sense of pliancy and warmth, and can also create a visual and design harmony that enhances both materials, and also a cultural transmission of traditional handicraft skills. These techniques can prove to give metallic material flexibility and warmth, creating visual and design harmony that enhances both materials, as well as a cultural transmission of traditional handicraft skills.

Moreover, bamboo weaving can be integrated with various materials in furniture design, using different weaving techniques in different positions to achieve different functions. "Tokyo Tribe" (Fig. 5, f) [40] is a series of innovative furniture designed by Nendo, a Japanese design studio, combining bamboo weaving with three kinds of materials: metal, concrete, and wood. The products use metal

pipes as the main structure of the furniture, and uses the elasticity and plasticity of bamboo weaving to wrap bamboo strips or other plant fiber materials around the metal pipes, forming different weaving modes and patterns. Concrete is used as the top or base of the furniture, and bamboo weaving technique is used to decorate on the concrete, breaking the monotony and coldness of concrete, and reflecting the contrast between tradition and modernity. The method of combining bamboo weaving and wood in this work is to cut solid wood into blocks or boards of different shapes and sizes, and then open holes of different shapes and sizes on the surface or inside, and use bamboo weaving technique to

insert bamboo strips or other plant fiber materials into the holes, forming different spaces and functions. The furniture products are round in shape, and combine the characteristics of bamboo and other materials to reflect the naturalness and affinity of the furniture, while maintaining the solidity and modernity of the furniture.

The combination of bamboo weaving and various materials is an innovative way of furniture design, which not only preserves the traditional charm of bamboo weaving craft, but also enhances the functionality and aesthetics of furniture, bringing fresh blood and vitality to furniture design.

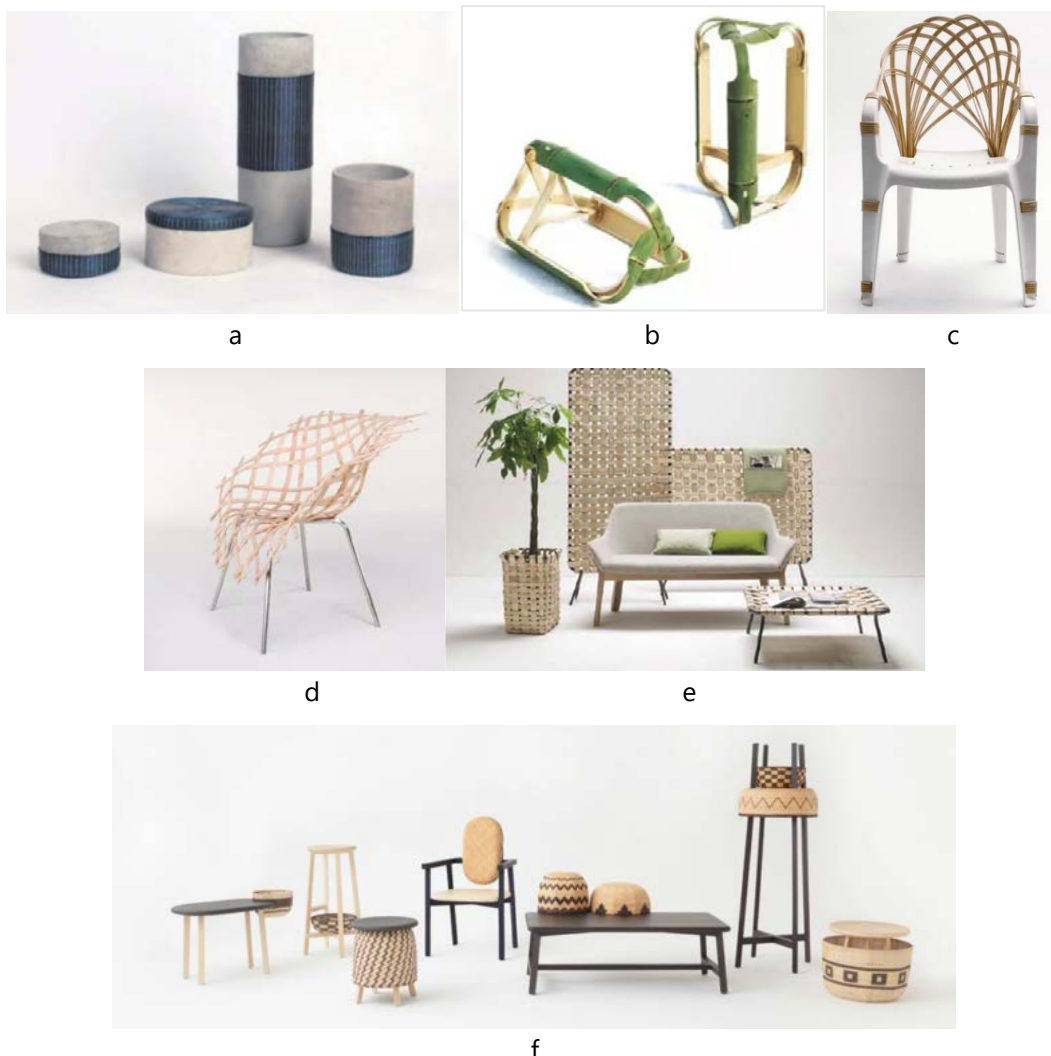


Fig. 5. The strategy of bamboo weaving and multi-material integration into furniture design: a – “Furniture of bamboo with concrete”, China, 2015 [37]; b – “Ching” Bamboo chair, Lin Ta-Chih & Hsieh Yi-Fan, Taiwan, China, 2013 [37]; c – “same same but different chair”, Laura Jungmann, Germany, 2014[38]; d – “Air Chair”, Zhang L. & Wang L. L., China, 2015 [37]; e – “Zumitz” –Jean Louis Irtzoki & Ander Lizaso, Spain, 2015 [39]; f – “Tokyo Tribe”, Nendo Design, Japan, 2015 [40]

Conclusions. By employing case analysis and comparative research methods, combined with a substantial amount of literature, the aim is to provide references for the application of bamboo weaving in furniture design. Based on the composition and utilization forms such as lines, surfaces, and volumes, the article explores the principles, forms, methods, and scope of bamboo weaving in furniture design. Furthermore, the article validates the technical feasibility and artistic value of bamboo weaving in modern furniture design.

While exploring the application principles of utilizing bamboo weaving in modern furniture design involve considering the functional requirements of the furniture, such as load-bearing capacity and ergonomics, and incorporating bamboo weaving elements accordingly. Innovative methods can include integrating bamboo weaving with other materials, combining different weaving techniques, and utilizing modern technology to enhance the efficiency and precision of the weaving process. In this paper, we also have conducted three methods of integrating bamboo weaving into modern furniture design, and discussed their advantages and challenges.

One method is to apply bamboo weaving surface to the furniture surface material, which is based on other furniture main materials such as solid wood, board, iron art, etc. By using modern production and processing technology,

the bamboo weaving surface is attached to the main material of the furniture by gluing, pressing, nailing and other methods. Different weaving patterns and textures express the regional and national characteristics of the furniture, and also save wood resources and improve the quality of the furniture surface.

Another method is to design three-dimensional bamboo weaving furniture, which is a way of weaving bamboo strips with rectangular cross-section into three-dimensional shapes. This method not only has lively patterns and rich shapes, but also can create novel and modern living products with traditional bamboo weaving techniques. Three-dimensional bamboo weaving furniture can also combine modular and systematic design methods to show the combination of traditional culture and fashion aesthetics.

The third method is to apply bamboo weaving techniques to new material design, which means not only using bamboo as the weaving material, but also exploring more possibilities of weaving other materials such as cloth, leather, metal, etc. Weaving techniques can create different aesthetic and artistic effects with different materials, and also provide comfortable and practical experience for users. For example, some designers use latex, rubber bands, ropes and other materials to weave chairs with bright colors and soft textures.

Література:

1. Zhang J. Y., Zhang J. M., Jiang L. Entrepreneurship and Application Analysis of Bamboo in the Field of Product Design [C]. Art Design and Digital Technology. Proceedings of the International Conference on Art Design and Digital Technology. 2022-09-16. DOI: 10.4108/eai.16-9-2022.2324899.
2. Sharma B., Gatoo A., Bock M., Ramage M. Engineered bamboo for structural applications. *Construction and Building Materials*. 2015. 81. P. 66–73. DOI: 10.1016/i.conbuildmat.2015.01.077.
3. Zheng Y., Zhu J. The application of bamboo weaving in modern furniture. *BioResources*. 2021. 16(3). P. 5024–5035. DOI: 10.15376/biores.16.3.5024-5035.
4. Gao W. X. Study on Creative Design of Bamboo Furniture from the Perspective of Ecological Design [C]. Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research. *The 2nd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE)*. 2018. DOI: 10.2991/iccese-18.2018.165.
5. 于娜, 张聪, 王华. (2018). 基于数量化理论的家具造型意象设计. *包装工程*. 39(22): 183–188. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.22.030.
6. 陈梦瑶, 张仲凤. (2016). 竹家具的情感化设计研究. *包装工程*. 37(14): 122–125. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2016.14.028.

7. 杨宛莹, 张福昌. (2015). 现代竹编生活器具的创新设计探究. *包装工程*. 36(24): 137–140. DOI: 10.19554/i.cnki.1001-3563.2015.24.032.
8. 薛拥军. (2017). 形式与功能——设计美学视野下的竹家具设计探析. *竹子学报*. 36(4): 55–60. DOI: 10.19560/j.cnki.issn1000-6567.2017.04.009.
9. 刘宗明, 余国伟. (2021). 基于全生命周期理念的竹家具减量化设计研究. *家具与室内装饰*. DOI: 10.16771/j.cn43-1247/ts.2021.03.001.
10. Wu S. H., Fan K. K. Sustainable development of traditional bamboo furniture in taiwan: a study on design style. *Journal of the Science of Design*. 2021. 5(2). P. 51–60. DOI: 10.11247/jds.5.2_2_51.
11. Wen X. D., Hong L., Mu J. Research on Bamboo Furniture Design Based on D4S (Design for Sustainability). *Sustainability*. 2023. 15(11). 8832. DOI: 10.3390/su15118832.
12. 王刚. (2021). 川渝民间竹制家具的创新设计. *包装工程*. 42(2): 286–290. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.02.048.
13. 林立平, 黄圣游. (2017). 滇西南少数民族的竹家具文化. *竹子学报*. 36(1): 83–88. DOI: 10.19560/j.cnki.issn1000-6567.2017.01.017.
14. 徐俊华, 郭联欢, 何蕊, 任海青. (2019). 傣族竹编及其在现代家具设计中的应. *林产工业*. 46(2): 46–48. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.201902014.
15. 陈祖建, 何晓琴. (2016). 竹编饰面家具的材料设计与分析. *家具与室内装饰*. (06): 13–15. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.06.003.
16. 陈祖建, 何晓琴. (2016). 竹编饰面家具设计案例研究. *家具与室内装饰*. (03): 16–19. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.03.005.
17. 陈祖建, 何晓琴. (2016). 竹编饰面家具设计的实现途径. *家具与室内装饰*. (01): 63–65. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.01.016.
18. 刘岸, 常霖. (2016). 重组竹家具产品轻量化设计分析与方法. *林产工业*. 43(12): 46–51. DOI: 10.19531/j.issn1001-5299.2016.12.012.
19. 罗坤明, 肖代柏, 郭青媛. (2023). 基于层次分析法的竹编家具创新设计研究. *家具与室内装饰*. 30(06): 43–49. DOI: 10.16771/j.cn43-1247/ts.2023.06.009.
20. Dong W. Y., Dai X. D., Yao J. J., Xiong Y. Preliminary Study on the Innovative Design of Original Bamboo Furniture Based on the Coordination Evolution Rules of Subsystems of TRIZ Theory [C]. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. International Conference on Optoelectronic Science and Materials*. 2019-09-20. DOI: 10.1088/1757-899X/711/1/012070.
21. 徐冰. (2019). 传统竹编工艺与现代家具设计融合的应用研究. *包装工程*. 40(04): 186–191. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.030.
22. Wu S. H., Ho M. C. A Study of the Technique Combining Traditional Bamboo Furniture and Carpentry. *International Journal of Social Science and Humanity*. 2015. 5(11). P. 985–989. DOI: 10.7763/IJSSH.2015.V5.592.
23. Wang M. R., Zhang J. J., Zhang Z. F. The Application of Bamboo Materials in Furniture Design. *International Journal of Trend in Research and Development*. 2017. 4(5). P. 139–143. URL: <http://www.ijtrd.com/papers/IJTRD10956.pdf>.
24. 赵东杰, 张帆, 宋莎莎, 李叶. (2021). 传统圆竹家具创新设计研究. *林产工业*. 58(06): 41–45+60. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.202106007.
25. 刘雨璐, 姜夏旺, 孙德林, 邹伟华, 王张恒. (2020). 基于重组竹的折叠家具设计. *林产工业*. 57(11): 56–59. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.202011012.
26. Anket Sharma, Vinod Kumar, Babar Shahzad, M. Ramakrishnan, Gagan Preet Singh Sidhu. Photosynthetic Response of Plants Under Different Abiotic Stresses: A Review. *Journal of Plant Growth Regulation*. 2019. 39. P. 509–531. DOI: 10.1007/s00344-019-10018-x.
27. Kogei – Japanese art crafts. (2015). URL: <https://www.veniceclayartists.com/kogei-japanese-art-crafts/> (Last accessed: 07.24.2023).
28. Get Inspired. From design to lifestyle, everything you need to make life beautiful. (2020). URL: <https://studio-mcgee.com> (Last accessed: 06.28.2023).
29. The Jamie Durie Collection. (2018). URL: <https://www.bakerfurniture.com/design-story/designers-and-collections/jamie-durie/> (Last accessed: 06.28.2023).
30. The straw men: Reviving a craft the world almost forgot. 2020. URL: <https://www.afr.com/life-and-luxury/design/the-straw-men-reviving-a-craft-the-world-almost-forgot-20200113-p53qya> (Last accessed: 06.28.2023).
31. Maison&Objet Exhibitor. 2019. URL: <https://k-ino.jp/en/> (Last accessed: 06.28.2023).
32. Cocoon Plan: A Furniture Made Of Bamboo. 2010. URL: <https://www.igreenspot.com/cocoon->

[plan-a-furniture-made-of-bamboo/](#) (Last accessed: 07.24.2023).

33. Research on inheritance and innovation of traditional bamboo weaving technology in China. 2022. URL: <https://www.fx361.com/page/2022/0415/10253139.shtml> (Last accessed: 07.24.2023).

34. Nendo: bamboo steel table for han. 2021. <https://www.designboom.com/design/nendo-bamboo-steel-table-for-han-gallery/> (Last accessed: 07.24.2023).

35. SOZEN-the creative spirit of Jiangnan in China. 2015. URL: http://gs.cnr.cn/gsfz/fczx/20150508/t20150508_518497140.html (Last accessed: 06.28.2023).

36. Meet the wicker by Nils Chudy and Jasmina Grase. 2017. URL: <https://www.blogdecodesign.fr/decoration/meet-wicker-par-nils-chudy-et-jasmina-grase> (Last accessed: 07.24.2023).

37. How are the soft and beautiful bamboo bending furniture made? 2013. URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/67344477> (Last accessed: 07.24.2023).

38. Traditionally Upcycled Objects By Laura Jungmann. 2014. URL: <https://www.museumderdinge.org/exhibitions/transformations-concepts-re-using-things> (Last accessed: 06.28.2023).

39. Zumitz series produces creative furniture designs. 2015. URL: https://www.sohu.com/a/60714753_121315 (Last accessed: 06.28.2023).

40. "Tokyo Tribe" a playful furniture design. 2015. URL: http://www.d2ziran.com/default/article-act-detail_id_1169.htm (Last accessed: 06.28.2023).

41. Norman Donald A. 设计心理学. 北京: 中信出版社, 2003.

References:

1. Zhang, J. Y., Zhang J. M., Jiang, L. (2022). Entrepreneurship and Application Analysis of Bamboo in the Field of Product Design. *Art Design and Digital Technology*. proceedings of the International Conference on Art Design and Digital Technology. 2022-09-16. DOI: 10.4108/eai.16-9-2022.2324899 [in English].

2. Sharma, B., Gatoo, A., Bock, M., Ramage, M. (2015). Engineered bamboo for structural applications. *Construction and Building Materials*, 81: 66–73. DOI: 10.1016/j.conbuildmat.2015.01.077 [in English].

3. Zheng, Y., Zhu, J. (2021). The application of bamboo weaving in modern furniture. *BioResources*, 16(3): 5024–5035. DOI: 10.15376/biores.16.3.5024-5035 [in English].

4. Gao, W. X. (2018). Study on Creative Design of Bamboo Furniture from the Perspective of Ecological Design[C]. Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research. *The 2nd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE)*. DOI: 10.2991/iccese-18.2018.165 [in English].

5. Yu, N., Zhang, C., Du, Y., Wang, H. (2018). Furniture modeling image design based on Quantitative Theory. *Packaging Engineering*, 39(22): 183–188. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.22.030 [in Chinese].

6. Chen, M. Y., Zhang, Z. F. (2016). Emotional Design Research of Bamboo Furniture. *Packaging Engineering*, 37(14): 122–125. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2016.14.028 [in Chinese].

7. Yang, W. Y., Zhang, F. C. (2015). Innovation Design of Modern Bamboo-Weaving Daily Utensil. *Packaging Engineering*, 36(24): 137–140. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2015.24.032 [in Chinese].

8. Xue, Y. J. (2017). Form and Function – Bamboo Furniture Design from the Perspective of Design Aesthetics. *Journal of Bamboo Research*, 36(4): 55–60. DOI: 10.19560/j.cnki.issn1000-6567.2017.04.009 [in Chinese].

9. Liu, Z. M., Yu, G. W. (2021). Research on the Reduction Design of Bamboo Furniture Based on the Concept of Whole Life Cycle. *Furniture and Interior Decoration*. DOI: 10.16771/j.cn43-1247/ts.2021.03.001 [in Chinese].

10. Wu, S. H., Fan, K. K. (2021). Sustainable development of traditional bamboo furniture in taiwan: a study on design style. *Journal of the Science of Design*, 5(2): 51–60. DOI: 10.11247/jsd.5.2_2_51 [in English].

11. Wen, X. D., Hong, L., Mu, J. (2023). Research on Bamboo Furniture Design Based on D4S (Design for Sustainability). *Sustainability*, 15(11), 8832. DOI: 10.3390/su15118832 [in English].

12. Wang, G. (2021). Innovative Application of Sichuan & Chongqing Traditional Bamboo Furniture in Interior Design. *Packaging Engineering*, 42(2): 286–290. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.02.048 [in Chinese].

13. Lin, L. P., Huang, S. Y. (2017). Bamboo Furniture Culture of Minorities in Southwest Yunnan. *Journal of Bamboo Research*, 36(1): 83–88. DOI: 10.19560/j.cnki.issn1000-6567.2017.01.017 [in Chinese].

14. Xu, J. H., Guo, L. H., He, R., Reng, H. Q. (2019). The Application of Bamboo Weaving Craft of Dai

- Nationality in Modern Furniture Design. *China Forest Products Industry*, 46(2): 46–48. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.201902014 [in Chinese].
15. Chen, Z. J., He, X. Q. (2016). Material design and analysis of bamboo decorative furniture. *Furniture and Interior Decoration*, (06): 13–15. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.06.003 [in Chinese].
16. Chen, Z. J., He, X. Q. (2016). Case study of bamboo decorative furniture design. *Furniture and Interior Decoration*, (03): 16–19. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.03.005 [in Chinese].
17. Chen, Z. J., He, X. Q. (2016). The realization of bamboo decorative furniture design. *Furniture and Interior Decoration*, (01): 63–65. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.01.016 [in Chinese].
18. Liu, A., Chang, L. (2016). Design Analysis and Method of Light-weight Reconstituted Bamboo Furniture. *China Forest Products Industry*, 43(12): 46–51. DOI: 10.19531/j.issn1001-5299.2016.12.012 [in Chinese].
19. Luo, K. M., Xiao, D. B., Guo, Q. Y. (2023). Research on the Innovative Design of Bamboo Woven Furniture Based on Hierarchical Analysis. *Furniture and Interior Decoration*, 30(06): 43–49. DOI: 10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2023.06.009 [in Chinese].
20. Dong, W. Y., Dai, X. D., Yao, J. J., Xiong, Y. (2019). Preliminary Study on the Innovative Design of Original Bamboo Furniture Based on the Coordination Evolution Rules of Subsystems of TRIZ Theory. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. International Conference on Optoelectronic Science and Materials*. DOI: 10.1088/1757-899X/711/1/012070 [in English].
21. Xu, B. (2019). Research on the integration of traditional bamboo weaving technology and modern furniture design. *Packaging Engineering*, 40(04): 186–191. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.030 [in Chinese].
22. Wu, S. H., Ho, M. C. (2015). A Study of the Technique Combining Traditional Bamboo Furniture and Carpentry. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(11): 985–989. DOI: 10.7763/IJSSH.2015.V5.592 [in English].
23. Wang, M. R., Zhang, J. J., Zhang, Z. F. (2017). The Application of Bamboo Materials in Furniture Design. *International Journal of Trend in Research and Development*. 4(5): 139–143. URL: <http://www.ijtrd.com/papers/IJTRD10956.pdf> [in English].
24. Zhao, D. J., Zhang, F., Song, S. S., Li, Y. (2021). Research on Innovative Design of Traditional Round Bamboo Furniture. *China Forest Products Industry*, 58(06): 41–45+60. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.202106007 [in Chinese].
25. Liu, Y. L., Jiang, X. W., Sun, D. L., Zou, W, H., Wang, Z. H. (2020). Folding Furniture Design Based on Recombinant Bamboo. *China Forest Products Industry*, 57(11): 56–59. DOI: 10.19531/i.issn1001-5299.202011012 [in Chinese].
26. Anket Sharma, Vinod Kumar, Babar Shahzad, M. Ramakrishnan, Gagan Preet Singh Sidhu (2019). Photosynthetic Response of Plants Under Different Abiotic Stresses: A Review. *Journal of Plant Growth Regulation*, 39: 509–531. DOI: 10.1007/s00344-019-10018-x [in English].
27. Kogei – Japanese Art Crafts. (2015). URL: <https://www.veniceclayartists.com/kogei-japanese-art-crafts/> (Last accessed: 07.24.2023) [in English].
28. Get Inspired. From design to lifestyle, everything you need to make life beautiful (2020). URL: <https://studio-mcgee.com> (Last accessed: 06.28.2023). [in English].
29. The Jamie Durie Collection (2018). URL: <https://www.bakerfurniture.com/design-story/designers-and-collections/jamie-durie/> (Last accessed: 06.28.2023). [in English]
30. The straw men: Reviving a craft the world almost forgot (2020). URL: <https://www.afr.com/life-and-luxury/design/the-straw-men-reviving-a-craft-the-world-almost-forgot-20200113-p53qya> (Last accessed: 06.28.2023) [in English].
31. Maison&Objet Exhibitor (2019). URL: <https://k-ino.jp/en/> (Last accessed: 06.28.2023) [in English].
32. Cocoon Plan: Furniture Made Of Bamboo (2010). URL: <https://www.igreenspot.com/cocoon-plan-a-furniture-made-of-bamboo> (Last accessed: 07.24.2023) [in English].
33. Research on inheritance and innovation of traditional bamboo weaving technology in China (2022). URL: <https://www.fx361.com/page/2022/0415/10253139.shtml> (Last accessed: 07.24.2023) [in Chinese].
34. Nendo: bamboo steel table for han (2021). <https://www.designboom.com/design/nendo-bamboo-steel-table-for-han-gallery> (Last accessed: 07.24.2023) [in English].
35. SOZEN-the creative spirit of Jiangnan in China (2015). URL: http://gs.cnr.cn/gsfrc/fzx/20150508/t20150508_518497140.html (Last accessed: 06.28.2023) [in English].
36. Meet the wicker by Nils Chudy and Jasmina Grase (2017). URL: <https://www.blogdecodesign.fr/>

[decoration/meet-wicker-par-nils-chudy-et-jasmina-grase](#) (Last accessed: 07.24.2023) [in English].

37. How are the soft and beautiful bamboo bending furniture made? (2013). URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/67344477> (Last accessed: 07.24.2023). [in Chinese].

38. Traditionally Upcycled Objects By Laura Jungmann (2014). URL: <https://www.museumderdinge.org/exhibitions/transformations-concepts-re-using-things> (Last accessed: 06.28.2023) [in English].

39. Zumitz series produces creative furniture designs (2015). URL: https://www.sohu.com/a/60714753_121315 (Last accessed: 06.28.2023) [in Chinese].

40. "Tokyo Tribe" a playful furniture design (2015). URL: http://www.d2ziran.com/default/article-act_detail_id_1169.htm (Last accessed: 06.28.2023) [in Chinese].

41. Norman, Donald A. (2003). The Design of Everyday Things. Beijing: Citic Publishing House [in Chinese].

^{1,2}Юй Ц., ¹ПАШКЕВИЧ К. Л.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

² Коледж дизайну та мистецтв, Шеньсїський університет науки і технологій, Сіань, Китай

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ТРАДИЦІЙНОГО БАМБУКОВОГО ПЛЕТІННЯ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ МЕБЛІВ

Метою дослідження є вивчення підходів і стратегій інтеграції традиційних елементів плетіння з бамбука в сучасний дизайн меблів.

Методологія базується на огляді літератури та аналізі прикладів. Огляд літератури містить теоретичну базу та історичну основу процесу бамбукового плетіння як традиційного ремесла та культурного вираження. У роботі використано якісні та описові методи для аналізу даних і формування висновків.

Результати. Узагальнено дві форми візуального вираження традиційного бамбукового плетіння в дизайні меблів і запропоновано принципи застосування та інноваційні методи плетіння бамбука в сучасному дизайні меблів. Розглянуто приклади дизайну сучасних меблів, в яких як основний або додатковий елемент використовується плетіння з бамбука, що покращує функціональність, естетику та довговічність виробів

Наукова новизна. Базуючись на атрибутах культури та технології бамбукового плетіння узагальнено форму вираження, принципи застосування та інноваційні методи традиційного бамбукового плетіння, застосовані до сучасного дизайну меблів.

Практичне значення. Наведено методи поєднання традиційного ремесла та сучасного дизайну, які можуть підвищити культурну цінність та естетичну привабливість меблевих виробів. Це також сприяє збереженню та успадкуванню бамбукового ремесла як традиційної майстерності та культурної спадщини, яка може збагатити різноманітність сучасної культури дизайну.

Ключові слова: бамбукове плетіння; дизайн меблів; інноваційні методи застосування; дизайн продукції, культура, мистецтво.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Юй Цзівей, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-1218-0817, **e-mail:** 51076213@qq.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професорка, завідувачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** pashkevich.kl@knutd.com.ua

Цитування за ДСТУ: Yu Z., Pashkevych K. L. Innovative Application of Traditional Bamboo Weaving in Modern Furniture Design. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 79–91.

Citation APA: Yu, Z., Pashkevych, K. L. (2023) Innovative Application of Traditional Bamboo Weaving in Modern Furniture Design. *Art and design*. 3(23). 79–91.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.7>

УДК 7.012:
069.02:7

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.8.

^{1,2}ZHAO J., ¹YEZHOVA O.

¹ Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

² Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an, China

IMPACT OF DIGITAL ART ON DESIGN OF ONLINE MUSEUM: USER-CENTERED DESIGN, NARRATIVE DESIGN, AND INTEGRATION OF TECHNOLOGY

The purpose. This research aims to explore the means by which digital art presented in online museum exhibitions will contribute to an improved visitor experience of the museum exhibition.

Methodology. Theoretical and practical research methods are used, namely, analysis of scientific and professional literature on the impact of digital culture on museum exhibits, analysis of design analogs of online museums.

Results. Based on the research analysis, the influence of digital culture on art museums was established, which allowed them to go beyond physical spaces, display digital art and implement virtual reality technologies. The cases of the Museum of Modern Art, TATE, the Victoria and Albert Museum, as well as China's Palace Museum and Shaanxi History Museum have demonstrated the significant benefits of integrating digital culture into the art world. The use of augmented reality (AR), virtual reality (VR) and mixed reality (MR) in digital museum exhibitions was analyzed. It is substantiated that the impact of digital culture on art museums is evidence of the importance of digital technologies in the design of online museums.

The scientific novelty lies in the fact that the design principles of digital art exhibitions of online museums have been further developed in the work, which allows them to reach a wider audience of visitors and improve the aesthetic perception of museum expositions by viewers.

Practical significance. The results of the study can be used in their introduction into the modern practice of designing museum.

Keywords: digital art; online museum; exhibition design; augmented reality; virtual reality; mixed reality; Chinese culture.

Introduction. In present times, digital culture has impacted every aspect of human existence, ranging from interaction with information, communication and computing, to ways of knowing, thinking, being, and doing. As Nikitenko thinks, this digital state of being is not confined to any specific field or discipline and shares a commonality in terms of the use of digital tools and technology [1]. The change in human behavior is at the core of digital culture, and people from all backgrounds are becoming more accustomed to digital behavior. Even museum visitors are increasingly indulging in digital activity and expect to be an active part of the museum's life. A survey shows that online activity doubled on all social media platforms as from March 2020 when Italy went into lockdown [2]. This digital transformation has prompted museums to go beyond their physical walls and connect with their public on

location, online, in public spaces - real and virtual. Digital technologies are used in all areas of design and design education [3], and museum learning [4].

Analysis of previous researches. The field of museums and digital art is an emerging area that has received limited research attention in terms of the heritage/museum experience and human digital behavior. There is also a lack of research specifically focused on the culture of "digital art" and the division between art and technology within museums remains an ongoing issue. A groundbreaking contribution in this field is the book by Giannini & Bowen [5], which explores the concept of "digital art" rather than solely focusing on the role of digital technology. Only recently, with the onset of the COVID-19 pandemic, has the gap between the real and digital aspects of museums started to be addressed. Museums

are now beginning to adopt an integrative approach, recognizing the dynamic and uncertain nature of the pandemic. This requires heritage institutions to be more flexible and incorporate technologies such as VR, AR, and MR both in physical and online environments.

In April 2021, UNESCO released a follow-up report that revealed a significant decline in revenues for 80% of museums compared to 2019 [6]. In the first quarter of 2021, 43% of museums reported closures. However, the report also highlighted the positive aspects of strengthened community connections and increased intermuseum cooperation. In 50% of countries, public subsidies decreased for national institutions. The report by Bekele [7] estimated the presence of approximately 104,000 museums worldwide, representing a 9% increase from the previous year's report. However, estimating the number of museums on an international scale is challenging. Nevertheless, the global impact of the pandemic has sparked extensive public debate on the future of museums, as activism and protests in the arts sector seek to break down cultural barriers and foster common ground.

The Museum Innovation Barometer 2021 [8], an annual survey conducted by Museum Booster since 2015, provides a comprehensive analysis of technology and innovation in museums. The findings of the extensive survey by Vosinakis et al. [9] demonstrate that COVID-19 has been a key driver for digital transformation in museums, leading to the adoption of new technologies such as AR, VR, and hybrid approaches like MR. The survey confirms that these technologies are becoming increasingly prevalent in museums, aligning with our previous research and the findings of this present study. However, significant challenges remain regarding sustainability and financial feasibility in implementing these technologies.

Statement of the problem. Although digital art has gained recognition and popularity in recent years, its seamless integration within online museum exhibitions is yet to be fully explored. While many museums

have established an online presence to expand their reach, the utilization of digital art in these virtual spaces remains limited. This lack of integration hinders the delivery of a comprehensive and enriching experience for museum visitors, who may not have access to physical exhibitions due to various constraints.

Results of the research and its discussion. User-Centered Design, Narrative Design, and Integration of Technology are indeed key aspects influenced by digital art. Digital art is the use of digital technology and computer programs and other means to analyze, edit and other applications of pictures, audio and video files, and finally get a perfect upgrade work. It mainly includes digital reinvention, 3D modeling, interactive installations, virtual reality, holographic projection, phantom imaging, etc [10]. The digital art context is mainly digital, interactive, and creative features. The mode of communication has changed from one-way communication in the era of traditional media to multi-directional communication. The audience is no longer just a single recipient of the message, but is able to engage with the message communication.

User-Centered Design

The online museum aims to manage physical collection and scientific research information efficiently while ensuring permanent preservation. It provides users with online display, education, and research services through the internet while disseminating knowledge on cultural and natural heritage. Taormina & Baraldi [11] assert that it is an innovative information service system that combines computer science communication and museology. Wu et al. state that the advancement of digital technology allows individuals to browse online museums at their convenience, resulting in a unique viewing experience [12].

The Museum of Modern Art provides an example of how museums are incorporating new mediums such as digital art. The Museum of Modern Art (MoMA) in New York City is

globally recognized as one of the preeminent modern art institutions [13]. Its extensive collection features over 200,000 works of art, including Pablo Picasso, Vincent van Gogh, Salvador Dali, and Andy Warhol, among others. In more recent years, MoMA has concentrated on emerging technologies and has been instrumental in advancing conservation and preservation of digital art (Fig. 1, a). In 2011, MoMA with Google Arts & Culture offers virtual tours of its collections through various digital platforms. This initiative includes web-based galleries, interactive exhibits, and digital replicas of physical art installations. The MoMA website homepage is divided into three sections: "Visit", "Exhibition Online", and "Art and Artists". Each section serves a unique purpose. The "Visit" section provides essential information for individuals intending to visit the museum, such as online ticket sales, transportation options, dining locations, and travel advice. The "Exhibition Online" section showcases past and future exhibitions, screenings, performances, and other events utilizing a calendar-based format. Finally, the "Art and Artists" section fulfills the public education role of online art museums by providing access to their collection of digital works, artists, audio and video recordings, and other art-related content.

TATE (Tate Modern and Tate Britain) which first opened to the public in 1897, boasts a collection of nearly 70,000 works encompassing 1500 years of British art as well as modern and contemporary art from around the world [16]. Its mission is to foster public appreciation of British art from the 16th century to the present and international modern and contemporary art. TATE Online (Fig. 1, b) is a key part of the museum's digital strategy and is utilized by all divisions within the institution. There is a growing emphasis on establishing a dynamic system that encompasses these various aspects and embraces the transformative shift from a traditional nonparticipatory model to one that deeply engages the audience. The website is divided into three main sections: Art & Artists,

Exhibitions & Events, and Tate Children. The Art & Artists section provides visitors with comprehensive explorations of various art forms, allowing them to learn about the artist's life and the stories behind their creations. The Exhibitions & Events section offers over 100 customizable activities, allowing users to tailor their experience according to their needs. The Tate Children section is entirely dedicated to young audiences and offers online craft tutorials, fun games, art history lessons, and a children's gallery.

Narrative Design

Digital art can influence the narrative design of on-site museums by introducing new ways of storytelling and interpretation. Museums can utilize digital technology to create multimedia exhibits that combine visual art with audio, video, or interactive elements. These narratives can provide additional context, historical information, or alternative perspectives on the artworks, enriching the visitor's understanding and appreciation. Digital art can also inspire museums to experiment with non-linear narratives or immersive storytelling techniques.

The official website of the Shaanxi History Museum has been awarded the prestigious 2023 Design Award, showcasing its remarkable performance in design innovation and user experience [17]. This museum website, an immersive platform for cultural exploration, exudes the timeless splendor of cultural heritage with its distinct Eastern aesthetics and meticulous craftsmanship. By seamlessly integrating history and modern electronic information technology, the website offers a captivating digital journey to appreciate the grand achievements of the Chinese civilization from multiple perspectives (Fig. 2). Through its thoughtful design choices, from the harmonious color palette and layout to the visual elements that resonate with the exhibited artifacts, the website encapsulates the rich cultural essence. Every detail, from navigation to font selection and image processing, conveys the designers' dedication, offering an intuitive and engaging

user experience where users can easily uncover new discoveries. Emphasizing user-centricity, the website presents a clear and user-friendly interface, while also serving as a platform of great academic value and social significance. It provides abundant resources for scholars and researchers, disseminates cultural knowledge to

the public, and enables seamless access across devices and browsers. By simply clicking on the website, users can embark on an immersive journey through ancient civilizations, indulging in the treasures of the Shaanxi History Museum and experiencing the unique charm of Chinese civilization.

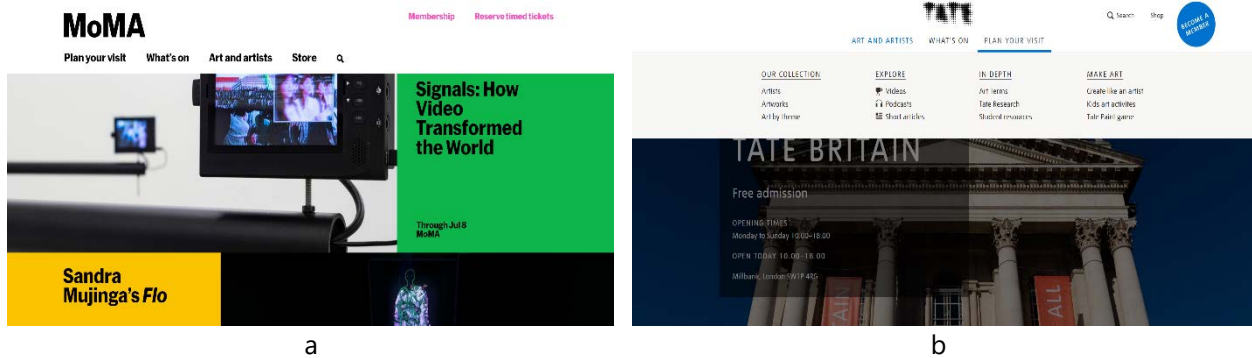


Fig. 1. Digital Art Exhibition: a – MoMA, USA, 2023 [14], b – TATE, United Kingdom, 2023 [15]

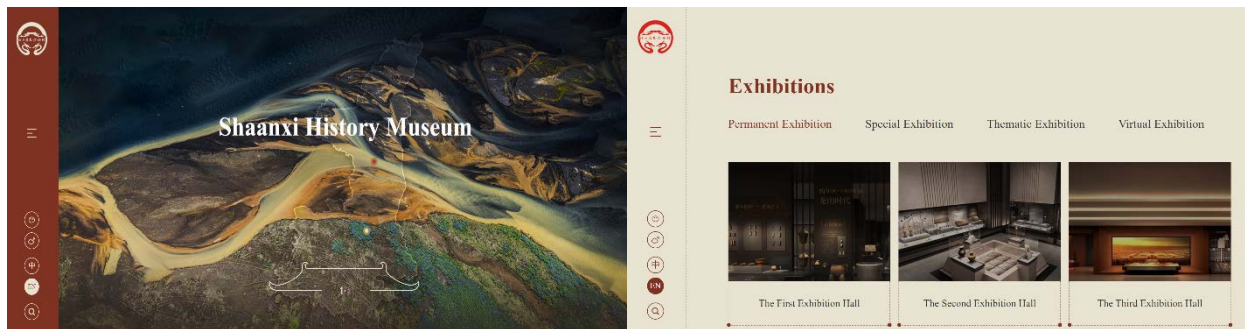


Fig. 2. The Shaanxi History Museum online exhibitions, China, 2023 [17]

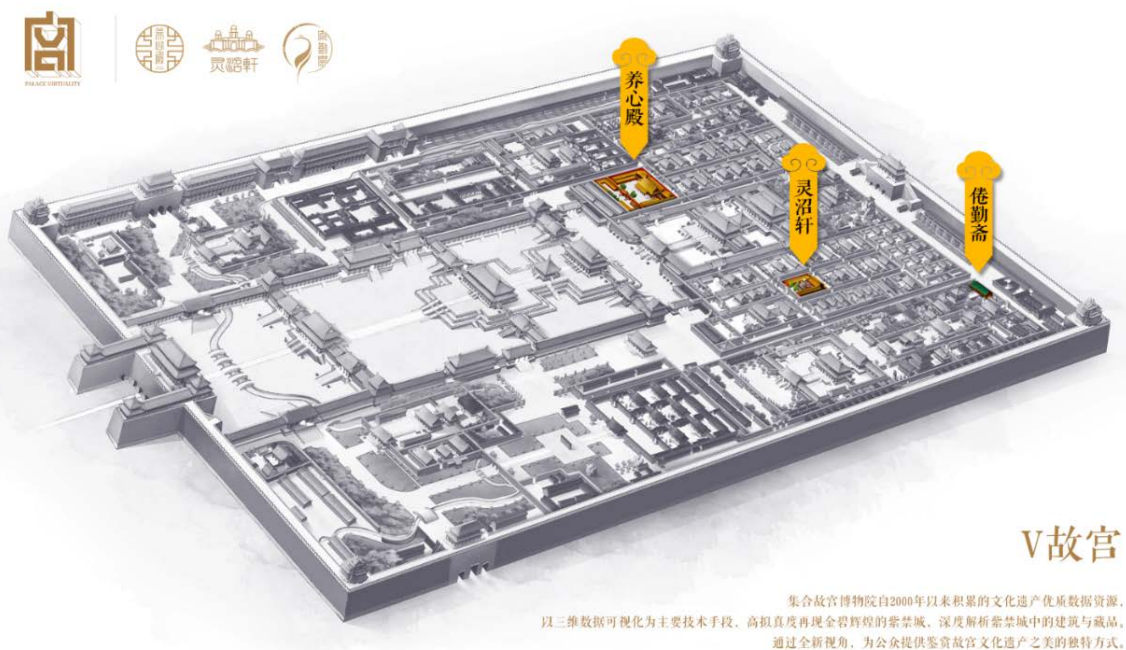


Fig. 3. The Palace Museum online exhibitions, China, 2023 [18]

In response to the temporary closure of the Palace Museum during the COVID-19 pandemic from January 25th to May 1st, 2020, the museum creatively utilized its digital resources to offer a range of online experiences [18]. Through virtual exhibitions, online classes, and virtual tours, the Palace Museum engaged the public and satisfied their desire for cultural exploration from the comfort of their own homes. The museum's innovative initiatives,

such as the "Virtual Tour of the Palace Museum," "Audiovisual Gallery," "Panoramic Palace Museum," "VR Palace Museum," and "Digital Cultural Relic Database," showcased the integration of design features and a compelling narrative. The virtual tour, conducted through live streaming with professional guides, allowed users to select different routes and interact with the guides, creating an immersive and interactive storytelling experience.

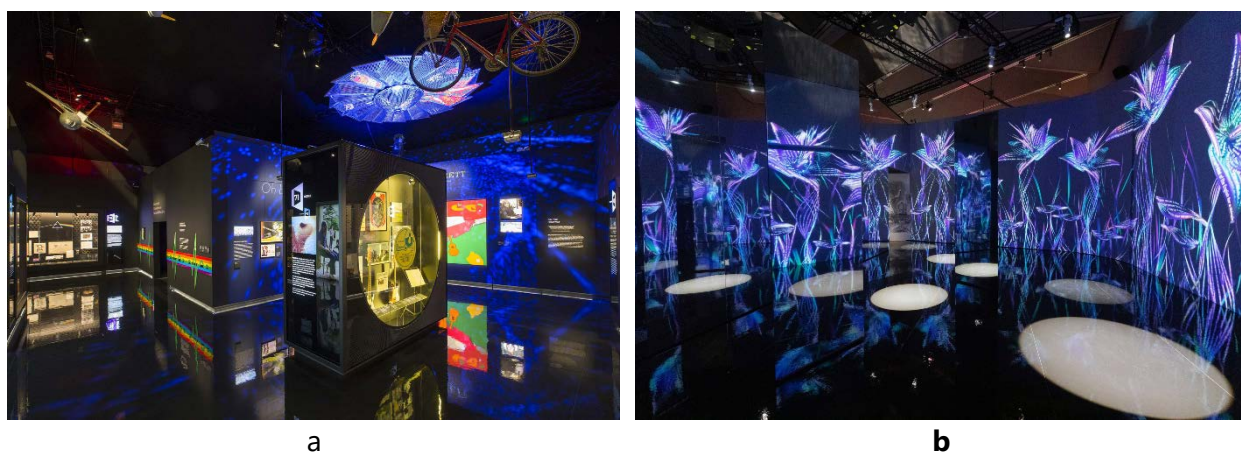


Fig. 4. Presented by the Victoria and Albert Museum exhibitions, United Kingdom, 2023: a - Pink Floyd, b - Alice in Wonderland [19]



Fig. 5. Presented by Oculus Rift DK2 Virtual Reality Experience, USA, 2023 [21]

Integration of Technology

Digital art can inspire the integration of technology within on-site museums to enhance the presentation and interpretation of artworks. Museums can incorporate digital displays, projectors, or interactive installations to create dynamic and visually captivating exhibitions. Augmented reality (AR) or virtual reality (VR) can be used to provide immersive experiences, allowing visitors to virtually explore art installations or interact with digital representations of artworks. Additionally, technology can enable museums to offer multimedia guides, interactive apps, or online platforms that provide additional information and resources to enhance the visitor's engagement with the art. Online museum designs should embrace emerging technologies, such as VR, AR, and mobile applications, to provide unique and immersive experiences that enhance visitor engagement and extend the reach of art and culture.

This trend was already gaining momentum prior to the pandemic, as seen in exhibitions like the Pink Floyd exhibition at the Victoria and Albert (V&A) Museum in London (Fig. 2, a), where the audience reclined on the floor in a large gallery surrounded by floor-to-ceiling projections. In 2021, the V&A Museum introduced a new venture into VR and integrated digital experiences with their exhibition titled "Alice: Curiouser and Curiouser." (Fig. 2.b) This exhibition featured an AR exhibit showcasing a Madhatter's Tea Party with animated elements on a virtual table and background. Additionally, a VR experience was created in partnership with Vive Arts, offering visitors an immersive encounter with the exhibition's themes. Notably, this VR experience can also be accessed online, further demonstrating the museum's exploration of digital integration.

Література:

1. Nikitenko V. The impact of digitalization on value orientations changes in the modern digital society. *Humanities Studies*. 2019. №2 (79). P. 80–94. <https://doi.org/10.26661/hst-2019-2-79-06>.

According to the article on design guidelines for systematic and theoretically grounded research on virtual exhibitions, Kim concluded that the online museum exhibition has the following characteristics: Interactive, Openness, Dynamic, and Collaborative [20]. In the National Air and Space Museum [21], VR can transport visitors to historic events, such as the moon landing, allowing them to experience the moment firsthand (Fig. 5). AR can superimpose digital information, such as 3D models or interactive elements, onto physical exhibits, providing additional context and detail. VR and AR enable museums to create immersive experiences by providing visitors with virtual environments or overlays that enhance their understanding of artifacts.

Conclusions. Overall, digital art has shaped the design strategies and principles of online museum exhibitions, leading to more visually captivating and immersive experiences. The integration of multimedia elements, user-centered design, storytelling, technology, and accessibility considerations have all been influenced by the possibilities and capabilities brought about by digital art. As a result, online museum exhibitions are evolving into rich and engaging platforms for showcasing and experiencing art. This incorporation of digital art has greatly enhanced museum exhibitions, enabling them to reach a wider audience and offer a more immersive experience. However, despite these successful examples, the broader adoption and regularization of VR, AR, MR, and 3D technologies in art museums and exhibitions are yet to be fully realized. Further exploration and integration of these technologies hold the potential to revolutionize the museum experience and offer visitors new dimensions of interaction with art.

2. Agostino D., Arnaboldi M., & Lampis A. Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*. 2020. № 35(4).

- P. 362–372. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029>.
3. Kolosnichenko M., Yezhova O., Pashkevich K., Kolosnichenko O., Ostapenko N. The use of modern digital technologies in the design and technology VET in Ukraine. *Journal of Technical Education and Training (JTET)*. 2021. № 13(4). P. 56–64. <https://doi.org/10.30880/jtet.2021.13.04.005>.
4. Zhao J., Yezhova O. Research on the development of museum learning in the digital age. In *Digital transformation and technologies for sustainable development all branches of modern education, science and practice: International Scientific and Practical Conference Proceeding*, (Lomza, Poland – Kharkiv, Ukraine, January 26, 2023). 2023. Part 1. P. 352–356.
5. Giannini T., Bowen J. P. *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*. Springer. 2019. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-97457-6>.
6. Mairesse F. Museums Around the World in the Face of COVID-19. Unesco, Paris. 2021. URL: <https://hal.science/hal-03944715/document> (Last accessed: 23.06.2023).
7. Bekele M. K. Clouds-based collaborative and multi-modal mixed reality for virtual heritage. *Heritage*. 2021. № 4(3). P. 1447–1459. <https://doi.org/10.3390/heritage4030080>.
8. Tykhonova O., Widmann S. Museum innovation barometer. *Museum Booster*. 2021. URL: <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museum-innovation-barometer-2021.pdf> (Last accessed: 23.06.2023).
9. Vosinakis S., Nikolakopoulou V., Stavarakis M., Fragkedis L., Chatzigrigoriou P., Koutsabasis P. Co-design of a playful mixed reality installation: an interactive crane in the museum of marble crafts. *Heritage*. 2020. № 3(4). P. 1496–1519. <https://doi.org/10.3390/heritage3040083>.
10. Simone C., Cerquetti M., La Sala A. Museums in the Infosphere: Reshaping value creation. *Museum Management and Curatorship*. 2021. № 36(4). P. 322–341. <https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1914140>.
11. Taormina F., Baraldi S. B. Museums and digital technology: a literature review on organizational issues. *European Planning Studies*. 2022. № 30(9). P. 1676–1694. <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.2023110>.
12. Wu Y., Jiang Q., Liang H., Ni S. What drives users to adopt a digital museum? A case of virtual exhibition hall of National Costume Museum. *SAGE Open*. 2022. № 12(1). P. 21582440221082105. <https://doi.org/10.1177/21582440221082105>.
13. Thompson D. *The Supermodel and the Brillo Box: back stories and peculiar economics from the world of contemporary art*. St. Martin's Press. 2014.
14. MoMA. 2023. URL: <https://www.moma.org/collection/> (Last accessed: 23.06.2023).
15. Tate Britain. 2023. URL: <https://www.tate.org.uk/visit/tate-britain> (Last accessed: 23.06.2023).
16. Kidd J., Cardiff R. 'A space of negotiation': Visitor Generated Content and Ethics at Tate. *Museum and Society*. 2017. № 15(1). P. 43–55. <https://doi.org/10.29311/mas.v15i1.661>.
17. The Shaanxi History Museum. 2023. URL: <https://www.sxhm.com/> (Last accessed: 23.07.2023).
18. The Palace Museum. 2023. URL: <http://v.dpm.org.cn/> (Last accessed: 23.07.2023).
19. Victoria and Albert Museum. 2023. URL: https://www.vam.ac.uk/south-kensington?src=google_ads_grant_brand_generic_london&gclid=cjwkcajwhdwkbbhbzeiwa1iblmzeleb08vvotgbo3snkggyfhyxvfyliipah2vbo2wwimc-7100hiufrocda0qavd_bwe (Last accessed: 23.07.2023).
20. The National Air and Space Museum. 2023. URL: <https://airandspace.si.edu/multimedia-gallery> (Last accessed: 23.07.2023).
21. Kim S. Virtual exhibitions and communication factors. *Museum Management and Curatorship*. 2018. № 33(3). P. 243–260. <https://doi.org/10.1080/09647775.2018.1466190>.

References:

1. Nikitenko, V. (2019). The impact of digitalization on value orientations changes in the modern digital society. *Humanities Studies*, 2(79), 80–94. <https://doi.org/10.26661/hst-2019-2-79-06>.
2. Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 362–372. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029>.
3. Kolosnichenko, M., Yezhova, O., Pashkevich, K., Kolosnichenko, O., & Ostapenko, N. (2021). The use of modern digital technologies in the design and technology VET in Ukraine. *Journal of Technical Education and Training (JTET)*, 13(4), 56–64. <https://doi.org/10.30880/jtet.2021.13.04.005>.
4. Zhao, J., Yezhova, O. (2023). Research on the development of museum learning in the digital age. In *Digital transformation and technologies for*

sustainable development all branches of modern education, science and practice: *International Scientific and Practical Conference Proceeding*, (Lomza, Poland – Kharkiv, Ukraine, January 26, 2023). Part 1, 352–356.

5. Giannini, T., & Bowen, J. P. (2019). *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-97457-6>.

6. Mairesse, F. (2021). *Museums Around the World in the Face of COVID-19*. Unesco, Paris. <https://hal.science/hal-03944715/document>.

7. Bekele, M. K. (2021). Clouds-based collaborative and multi-modal mixed reality for virtual heritage. *Heritage*, 4(3), 1447–1459. <https://doi.org/10.3390/heritage4030080>.

8. Tykhonova, O., & Widmann, S. (2021). Museum innovation barometer. *Museum Booster*. <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museum-innovation-barometer-2021.pdf>.

9. Vosinakis, S., Nikolakopoulou, V., Stavarakis, M., Fragkedis, L., Chatzigrigoriou, P., & Koutsabasis, P. (2020). Co-design of a playful mixed reality installation: an interactive crane in the museum of marble crafts. *Heritage*, 3(4), 1496–1519. <https://doi.org/10.3390/heritage3040083>.

10. Simone, C., Cerquetti, M., & La Sala, A. (2021). Museums in the Infosphere: Reshaping value creation. *Museum Management and Curatorship*, 36(4), 322–341. <https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1914140>.

11. Taormina, F., & Baraldi, S. B. (2022). Museums and digital technology: a literature review on organizational issues. *European Planning Studies*, 30(9), 1676–1694. <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.2023110>.

12. Wu, Y., Jiang, Q., Liang, H., & Ni, S. (2022). What drives users to adopt a digital museum? A case of virtual exhibition hall of National Costume Museum. *SAGE Open*, 12(1), 21582440221082105. <https://doi.org/10.1177/21582440221082105>.

13. Thompson, D. (2014). *The Supermodel and the Brillo Box: back stories and peculiar economics from the world of contemporary art*. St. Martin's Press.

14. MoMA (2023). <https://www.moma.org/collection/>

15. Tate Britain (2023). <https://www.tate.org.uk/visit/tate-britain>.

16. Kidd, J., & Cardiff, R. (2017). 'A space of negotiation': Visitor Generated Content and Ethics at Tate. *Museum and Society*, 15(1), 43–55. <https://doi.org/10.29311/mas.v15i1.661>.

17. The Shaanxi History Museum (2023). <https://www.sxhm.com/>

18. The Palace Museum (2023). <http://v.dpm.org.cn/>

19. Victoria and Albert Museum (2023). https://www.vam.ac.uk/south-kensington?src=google_ads_grant_brand_generic_london&gclid=CjwKCAjwhdWkBhBZEiwA1ibLmEZElb08vVOtGCBO3s nkQgyFhvXFyLlpah2vbo2wwImC-7100HluFRoCda0 QAvD BwE.

20. The National Air and Space Museum (2023). <https://airandspace.si.edu/multimedia-gallery>.

21. Kim, S. (2018). Virtual exhibitions and communication factors. *Museum Management and Curatorship*, 33(3), 243–260. <https://doi.org/10.1080/09647775.2018.1466190>.

^{1,2} ЧЖАО Ц., ¹ЕЖОВА О.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Шеньсінський університет науки і технологій, Сіань, Китай

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МИСТЕЦТВА НА ДИЗАЙН ОНЛАЙН-МУЗЕЮ: ОРІЄНТОВАНИЙ НА КОРИСТУВАЧА ДИЗАЙН, НАРАТИВНИЙ ДИЗАЙН ТА ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ

Мета: дослідження засобів, за допомогою яких цифрове мистецтво, представлене на онлайн-музейних виставках, сприятиме покращенню сприйняття відвідувачами експозиції музею.

Методологія. Використані теоретичні та практичні методи дослідження, а саме, аналіз наукової та фахової літератури щодо впливу цифрової культури на музейні експозиції, аналіз аналогів дизайну онлайн-музеїв.

Результати. Виходячи з аналізу досліджень, встановлено вплив цифрової культури на художні музеї, що дозволило їм виходити за межі фізичних просторів, демонструвати цифрове мистецтво та впроваджувати технології віртуальної реальності. Кейси Музею сучасного мистецтва, TATE, Музею Вікторії та Альберта, а також китайських Музею Палацу та Музею історії Шеньсі продемонстрували значні переваги інтеграції цифрової культури у світ мистецтва. Було проаналізовано використання доповненої реальності (AR), віртуальної реальності (VR) і змішаної реальності (MR) в цифрових музейних виставках. Обґрунтовано, що вплив цифрової культури на художні музеї є свідченням важливості цифрових технологій в дизайні онлайн-музеїв.

Наукова новизна полягає в тому, що в роботі дістали подальшого розвитку принципи дизайну експозицій цифрового мистецтва онлайн-музеїв, що дозволяє їм охопити ширшу аудиторію відвідувачів та покращити естетичне сприйняття глядачами музейної експозиції.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути впроваджені в сучасну практику дизайну онлайн-музеїв.

Ключові слова: цифрове мистецтво; онлайн-музей; дизайн виставки; доповнена реальність; віртуальна реальність; змішана реальність; культура Китаю.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Чжао Цзінцзе, аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, Шеньсійський університет науки і технологій, Китай, ORCID 0000-0002-2237-0446, **e-mail:** jingjiezhao123@163.com

Єжова Ольга Володимирівна, д-р пед. наук, канд. техн. наук, професорка, професорка кафедри моди та стилю, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5920-1611, Scopus 57200291293. **e-mail:** ovezhova70@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Zhao J., Yezhova O. V. Impact of Digital Art on Design of Online Museum: User-Centered Design, Narrative Design, and Integration of Technology. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 92–100.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.8](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.8)

Citation APA: Zhao, J., Yezhova, O. V. (2023) Impact of Digital Art on Design of Online Museum: User-Centered Design, Narrative Design, and Integration of Technology. *Art and design*. 3(23). 92–100.

УДК 7.012:687:016

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.9.

ГЕРАСИМЕНКО О. Д., ЧУПРИНА Н. В., ДАВИДЕНКО І. В.,
ЧУБОТІНА І. М., ХОМЕНКО В. К., КУДРЕВСЬКИЙ М. А.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

**АПСАЙКЛІНГ ТА МІНІМАЛІЗМ ЯК МОДНІ ТРЕНДИ
ПОМІРНОГО СПОЖИВАННЯ ПРОДУКТІВ МОДИ**

Метою дослідження є визначення основних проєктних практик становлення та реалізації концепції помірною споживання продуктів індустрії моди та екологічно орієнтованих методів створення модних продуктів у сегменті мас-маркету.

Методологія дослідження базується на впровадженні комплексного підходу до визначення критеріїв поширення концепції помірною споживання в сучасній моді. Для характеристики основних принципів швидкої, повільної та стійкої моди здійснено порівняльний аналіз чинників функціонування визначених концепцій на сучасному ринку модного одягу. В роботі з джерелами первинної інформації (дизайнерські рішення моделей одягу провідних брендів модного одягу, варіанти застосування засобів композиційно-конструкторських рішень та декоративного оздоблення продуктів моди, характеристика функціональних властивостей продуктів моди різного асортименту та призначення) застосовано предметно-аналітичний, композиційний та стилістичний методи дослідження. В контексті здійснення структурованого аналізу проєктних практик помірною споживання застосовано компаративний метод аналізу літературної та візуальної інформації, що спирається на документальні джерела, модну фотографію та ілюстрацію (матеріали офіційних веб-сайтів, каталогів, показів моделей одягу дизайнерських брендів за темою дослідження).

Результати. В роботі охарактеризовано відмінні риси концепції швидкої та повільної моди, помірною споживання продуктів моди. Наведено порівняльний аналіз формування цих концепцій у системі споживання продуктів моди. Сформульовано основні положення та напрями дизайн-діяльності для реалізації концепції повільної моди. Визначено принципи стійкої моди, що спонукають до становлення культури створення та споживання продуктів моди, зокрема модного одягу. Здійснено систематизацію підходів до впровадження принципів сталої моди в дизайн-діяльності в індустрії моди. Охарактеризовано стилістику мінімалізму як основу створення продуктів моди, що відповідають принципам концепції помірною споживання та довготривалій експлуатації модного одягу в сегменті мас-маркету. Сформульовано базові критерії впливу мінімалістичного підходу до створення продуктів моди на виробництво та споживання модного одягу. Визначено аспекти сталого розвитку дизайн-діяльності на основі впровадження мінімілістичного підходу до створення модного одягу. Охарактеризовано явище апсайклінгу та його значення для створення унікальних продуктів моди. Сформовано базові критерії виробництва продуктів моди засобами апсайклінгу. Охарактеризовано апсайклінг як метод проєктування та здійснення дизайн-діяльності.

Наукова новизна результатів визначається обґрунтуванням засобів мінімалізму та апсайклінгу не лише як методами створення актуальних продуктів моди, а як проєктними підходами до поширення концепції помірною споживання та сталої моди у сучасній дизайн-діяльності. В роботі здійснено порівняльний аналіз основних принципів функціонування швидкої, повільної та стійкої моди як концепції помірною споживання продуктів моди в сегменті мас-маркету сучасної індустрії моди. Обґрунтовано, що мінімалістичний підхід до розробки та споживання модного одягу удосконалює культуру сталого розвитку ринку модного одягу.

Практичне значення роботи полягає в визначенні основних засобів апсайкл-дизайну як методу створення унікальних продуктів моди та розробки моделей одягу різного призначення з підвищеними функціональними властивостями чи елементами трансформації. Обґрунтовано, що екологічно орієнтовані методи створення актуальних моделей одягу сприяють розробці актуальних проєктних образів та спонукають споживачів до впровадження помірною споживання продуктів моди у сегменті мас-маркету. Визначено, що найбільш доцільним для проєктування моделей одягу в цьому сегменті ринку можна вважати комбінування розмаїтих варіантів пропорційних та конструктивних рішень.

Ключові слова: продукт моди; дизайн одягу; швидка мода; повільна мода; стійка мода; мас-маркет; апсайкл-дизайн; проєктні практики; стилістика мінімалізму; модний одяг; модний тренд; ресайклінг; індустрія моди; дизайн-діяльність.

Вступ. На сучасному етапі поширення концепції «помірного споживання» продуктів моди (sustainable fashion) та відмови від концепції «швидкої моди» (fast fashion), вимоги до вибору та застосування одягу різного призначення зазнають кардинальних змін. Споживачі починають цінувати оригінальність моделей та уважність до деталей, яку надають малі місцеві бренди. Вони віддають перевагу унікальним предметам одягу, що створюються з урахуванням екологічних та етичних аспектів, замість масового виробництва fast fashion.

Одночасно з'являється нова генерація споживачів, які у виборі та споживанні продуктів моди керуються власними цінностями, обираючи етичні, сталі та помірковані альтернативи виробам fast fashion. Представники цієї споживацької аудиторії ставлять перед виробниками модного одягу питання про умови виробництва, використання водних та енергетичних ресурсів, вплив на працівників та довкілля. Цей підхід призводить до зменшення попиту на продукти fast fashion і сприяє розвитку більш сталого та відповідального споживання одягу та аксесуарів.

В основі становлення концепції стійкої моди лежить розуміння того, що дешевий одяг, виготовлений в рамках масової індустрії, є цілком доступним широким верствам споживачів. Звернення до принципу стійкої моди, навпаки, робить масове використання одягу недоступним для багатьох. Вважається, що покупці масового сегмента застосовують принципи споживання, які у середині ХХ століття були притаманні людям з високим рівнем доходу. Масові споживачі не завжди віддають перевагу якісному одягу, а купують надто багато дешевого вбрання, такого, що відповідає поточним тенденціям моди. Багато рішень про придбання продуктів сталої моди, наприклад, такі, як купівля високоякісних товарів, недоступні для людей з низьким рівнем доходу. У деяких випадках

концепція стійкої моди розглядається як засіб тиску та вимоги відповідального споживання на людей, які не мають для цього достатніх фінансових можливостей.

Питання екологічності також дуже гостро стоїть перед світовою та українською модною індустрією, тому дизайнерські бренди намагаються впроваджувати в своїй діяльності принципи сталого розвитку у виробництві, відмовляючись від шкідливих матеріалів, поширюючи застосування стадій переробки одягу (наряду зі стадіями виробництва та розповсюдження). Проте, в даному контексті часто можна почути більше слів, ніж побачити реальні дії виробників одягу. Доки одні виробники продуктів моди впроваджують концепцію «помірного споживання» продуктів моди (sustainability) як інструмент маркетингу, багато світових дизайнерських брендів застосовують принципи екологічного проектування та будують власну дизайн-діяльність та бізнес, виводячи їх на рівень «мейнстріму» в індустрії моди [1].

Аналіз попередніх досліджень.

Оскільки для індустрії моди, як однієї з провідних сфер світової економіки, питання підвищення помірного споживання продуктів моди та екологічності їх розробки та виготовлення стоїть дуже гостро, існує багато теоретичних досліджень та систем обґрунтування впровадження мінімалізму, апсайклінгу, деконструктивізму у перелік довгострокових модних трендів.

У дослідженні «Sustainable Fashion як тренд сучасності» О. Колосніченко, Т. Кротовою та К. Пашкевич проаналізовано сутність та ідеологію sustainable fashion та визначено основні принципи усвідомленої моди: використання екологічних матеріалів і тканин, отриманих з перероблених відходів; економія всіх ресурсів, необхідних для виробництва одягу; а також зміна ставлення суспільства до одягу. Дослідженням доведено, що свідома мода – це вибір, інформація, культурне різноманіття та ідентичність [2]. В дослідженнях [3, 4]

науковцем Н. Чупріною проаналізовано основні принципи, що складають концепцію fast-fashion, розкрито ключові критерії, за якими бренди відносять до fast-fashion, визначено основні принципи діяльності суб'єктів модного бізнесу в рамках цього сегменту і критерії виділення цільової споживчої аудиторії в сфері мас-маркету. В науковому дослідженні [5] автором Е. Рейнал-Печені обґрунтовано, що циркулярна мода, на противагу швидкій моді, залишається дотепер маргіальною системою створення продуктів моди. Вона, безперечно, демонструє позитивний вплив на навколишнє середовище. Але очевидним є вектор розвитку циркулярної моди, спрямований на наближення помірному споживанню продуктів моди у сучасному глобалізованому суспільстві. В дослідженні [6] окреслено шляхи застосування засобів апсайклінгу та ресайклінгу для створення екоматеріалів та створення з них актуальних продуктів моди, що відповідає екологічній культурі сучасного суспільства.

Роботи дослідників стилістики мінімалізму в одязі включають широкий спектр досліджень та аналізу, що допомагають краще зрозуміти цей стиль та його вплив на модну індустрію. Так, мистецтвознавець Е. Дімонт у своєму ґрунтовному дослідженні «Minimalism and Fashion» розглядає естетику мінімалізму як макро-тренду у сфері моди, його співвідношення зі сприйняттям краси та естетичним задоволенням. В роботі досліджено вплив простоти форм, нейтральних кольорів та мінімальних деталей на естетичний досвід від модного одягу [7]. Американський журналіст Г. Вокер, вивчаючи мінімалістичні тенденції в дизайні одягу, досліджує витвори дизайнерів та дизайнерських брендів, які протягом десятиліть дотримуються мінімалістичних принципів у своїй роботі: від Коко Шанель, яка звільнила жінок від едвардіанського святкового вбрання, до Донни Каран і Джил Сандер, чий робочий одяг пропонував

жінкам альтернативу усталеним стандартам одягання; від авангардного стилю японських майстрів Рей Кавакубо та Йоджі Ямамото до сучасних інтерпретацій Гарета П'ю, Ролана Муре, COS і Zara [8]. Зв'язок між мінімалістичною стилістикою в одязі та принципами сталості в модній індустрії розглянуто в роботі «Minimalism as Sustainable Fashion». Її автор аналізує, як мінімалістичний підхід до дизайну та споживання може сприяти зменшенню відходів, використанню екологічно чистих матеріалів та підтримувати екологічно відповідальну моду [9]. У дослідженні колективу науковців, результати якого оприлюднено у науковій статті «Minimalism in consumption: a typology and brand engagement strategies» представлено концептуалізацію мінімалізму та запропоновано типологію споживачів, які впроваджують мінімалістичне споживання на основі двох вимірів: умовної сприйнятливості та цільової орієнтації споживачів. В роботі представлено структуру стратегій залучення бренду для кожного типу споживачів і показує, як фірми можуть потенційно отримати вигоду з точки зору продажів, прибутковості та відносин із клієнтами, залучаючи споживачів-мінімалістів [10].

Наукові здобутки дослідників Університету Марії Кюрі-Скłodовської (Польща) щодо впливу мінімалістичного стилю в одязі на споживчу поведінку представляють різні аспекти споживацької поведінки у контексті мінімалізму, включаючи роль мінімалістичної естетики у формуванні споживчих уподобань. Крім того, дослідження показує потенційні ефекти мінімалізму на споживчі настанови щодо сталості та етичних практик у моді [11].

Дослідження основних етапів становлення та чинників функціонування мінімалізму в дизайні одягу широко проводились і українськими науковцями. Так, мистецтвознавець З. Тканко висвітлює окрему сторінку історії костюму в Україні 1960-х років – часу, який свідчить про зміни

в моді, нові моральні та естетичні орієнтири, помітні зрушення в роботі Будинків моделей, легкій промисловості та у сфері індошви́ву. Складність цих процесів визначають і внутрішні реалії, і зовнішні чинники, які виразно впливають на еволюційні зміни в тогочасній моді. Саме ці аспекти детально охарактеризовано автором в роботі [12].

Основоположні аспекти формування маркетингової політики бренду, що працює у сфері індустрії моди в контексті концепції швидкої моди на сучасному ринку проаналізовано у дослідженні Д. Дерев'янка та Н. Воробйової. Дослідниками охарактеризовано, що являє собою швидка мода як явище та бізнес-модель роботи підприємств з виробництва одягу [13].

В дослідженні використано результати досліджень М. Міносян та Н. Гудкової з питання впливу на споживання модного одягу економічної кризи 1990-х років. Особливе значення в їх роботі приділяється засобам перетворення стилістичних особливостей мінімалізму на концепцію помірною споживання та стійкої моди початку XXI століття [14].

Визначення апсайклінгу як напряму екодизайну в сучасній індустрії моди наведено у роботі М. Сусук та Н. Чупріної. У дослідженні авторами зроблено висновок, що ідея впровадження апсайклінгу в розробці продуктів моди є оптимальним поєднанням ідеї хенд-мейду як бажання виділитись, та збереження екології корисним та вигідним для всіх способом [15].

В поточних дослідженнях мистецтвознавиці Т. Кротової проведено аналіз досвіду реалізації застосування техніки апсайклінгу українськими дизайнерами в умовах військового часу в Україні. Проаналізувавши вектор переробки вживаних речей українськими дизайнерами, в роботі було визначено, що апсайклінг рефлексує на події війни в Україні. Усвідомлене створення різноманітних виробів дозволяє збалансувати економічні та естетичні запити суспільства [16].

Постановка завдання. Метою даної роботи є визначення основних проєктних характеристик концепції суспільного споживання продуктів моди sustainable fashion та її основних проєктних засобів – мінімалізму та апсайклінгу в контексті створення актуальних колекцій виробів.

Результати дослідження та їх обговорення. Сьогоднішні реалії моди спонукають дизайнерів до швидкого введення нових актуальних трендів на ринок, від колекції до колекції, а іноді навіть і частіше. Поширення трендів прискорює цикли моди і стимулює споживачів до постійного оновлення гардеробу, відтворюючи швидкий темп життя. Швидкість зміни трендів та надмірність споживання призвели до проблеми перевиробництва продуктів моди та їх застосування у різних сферах життя. Швидкий темп життя характеризується постійною рухливістю, нагальністю та бажанням встигати все. Люди, що підтримують швидкий темп життя, жваво реагують на зміни: споживання товарів та послуг стає швидким і ефективним, пріоритетом є зручність та економія часу. Споживачі, що приймають такі умови життя, шукають миттєве задоволення від покупок та миттєвих послуг.

«Швидка мода» (англ. fast fashion) – це термін, який характеризує концепцію постійного споживання продуктів моди та безперервного оновлення асортименту одягу, який використовується для позначення швидкого оновлення асортименту марки кілька разів на сезон. Головною метою концепції швидкої моди можна вважати створення, розповсюдження та споживання продуктів моди для задоволення. Відповідно, в основі поширення швидкої моди лежить висока швидкість вироблення та розповсюдження продуктів моди, активна реакція на уподобання покупців буквально в режимі реального часу (при цьому необхідно зважати, що цей попит формується та пропагується відповідними сегментами системи моди в

такому ж темпі реального часу) [17]. Ця ефективність досягається через розуміння ритейлерами бажань цільової аудиторії ринку моди, що полягають у придбанні ексклюзивних або подібних їм товарів за найнижчою ціною. Концепція швидкого оновлення асортименту торгових марок приваблює потенційних покупців. Швидка мода викликає тотальну залежність у сучасному суспільстві споживання. Ланцюжки постачання є центральними для створення продуктів швидкої моди. Система ланцюжкових поставок призначена для того, щоб знизити вартість у процесі переміщення товарів від розробки концепції до роздрібних магазинів та кінцевих споживачів (рис. 1).

Дизайнерські бренди, що працюють в сегменті fast fashion, вимушені розробляти та виготовляти модний одяг «як на подіумах» за низьку ціну, і в той же час приносити максимальну економічну вигоду інвесторам, що часто призводить до недбалості у виборі екоорієнтованих методів використання дешевих ресурсів.

Одяг класу fast fashion заснований на останніх модних тенденціях, які щорічно видаються на всесвітніх тижнях моди. При цьому увага концентрується на співзгодженості етапів виготовлення та ланцюжків поширення актуальних тенденцій і розповсюдження продуктів моди, що дозволяє широким верствам цільових споживачів придбати модний одяг та аксесуари за найпривабливішими цінами. Завдяки цьому fast fashion має такий безумовний успіх в сегменті мас-маркету, допомагає небагатим людям долучитися до високої моди та виконує функцію демократизації модного ринку. Раніше заможні люди одягалися у своїх кравців і кутюр'є, тоді як інші одягалися в місцевому магазині, до якого ті чи інші тренди можуть сягати дуже довго [13].

Однак, виробники продуктів моди, що працюють в сегменті fast fashion, дбають виключно про кількість, а не якість своїх

продуктів. Щороку дизайнерські, особливо фабричні та ритейл-бренди, розробляють та виготовляють величезну кількість предметів одягу та аксесуарів, створюючи їх неякісними та токсичними у використанні. При цьому текстильна промисловість та індустрія моди завдають величезної шкоди природі та знищують запаси чистої води, а fast fashion прискорює та робить звичними усі ці деструктивні процеси [18].

Напрямок fast fashion підтримується брендами з метою підвищення товарообігу. Цей термін зазвичай використовують, коли говорять про бренди, асортимент яких оновлюється дуже швидко. Дизайнерські бренди fast fashion використовують високошвидкісний цикл виробництва одягу для реалізації сьогочасних трендів. Щороку одна марка мас-маркету оновлює свої колекції близько двадцяти разів, залучаючи покупців низькою вартістю та новими моделями, що відповідають останнім трендам. Такий товарообіг приносить більше прибутку за рахунок кількості проданих продуктів моди, а не їх високої вартості через застосування якісної сировини. Речі виробляються, використовуються і викидаються, не отримуючи другого життєвого циклу, не замикаючи ланцюжок споживання, а обриваючи його. Так, середньостатистичний українець щороку викидає близько 300 кг сміття, а у Гонконгу за хвилину викидають 1400 набридлих футболок.

Маркетинговий аспект є основним у функціонуванні fast fashion. Засоби маркетингу формують або підсилюють бажання безперервного споживання актуальних трендів та продуктів моди. Зі свого боку це підсилює впізнаваність брендів-розробників за рахунок постійної уваги споживачів до створених моделей одягу та високої активності у придбанні продуктів моди. Якщо довгострокові та короткострокові модні тренди вимірюються місяцями, то циклічність зміни модних колекцій у сфері fast fashion лежить в межах 2–4 тижнів, а іноді й менше [13].



Рис. 1. Структура функціонування концепції швидкої моди у системі споживання продуктів моди



Рис. 2. Структура функціонування концепції повільної моди у системі споживання продуктів моди

На противагу концепції «швидкої моди» (fast fashion) останніми роками поширилась концепція «повільної моди» (slow fashion), що критикує індустрію fast fashion за забруднення довкілля та низьку якість продуктів моди, підкреслюючи короткостроковість тенденцій fast fashion.

«Повільна мода» (англ. slow fashion) – підхід до споживання одягу та аксесуарів,

при якому купуються тільки якісні речі, при виробництві яких дотримується принцип етичного ставлення до навколишнього середовища. Термін slow fashion був придуманий у 2007 році К. Флетчер, екоактивісткою та журналісткою [19]. Вона протиставила slow fashion мас-маркету, задекларувавши, що прогресивний підхід до одягу – це відмова від невиправданого

споживання та дотримання швидкоплинних трендів. За її визначенням, повільний рух у моді – це сукупність усіх стійких, екологічних та етичних напрямів моди [20].

Напрямок *slow fashion* орієнтований на подолання залежності виробництва одягу та аксесуарів і впливу швейної та текстильної промисловості на навколишнє середовище. Ключове гасло *slow fashion* – «якість важливіша за кількість» [21, с. 35]. Це спонукає до помірному темпу споживання і розумного вибору продуктів моди. Дизайнерські бренди, що працюють у сфері *slow fashion*, своєю творчістю наголошують на якості, а не на кількості виготовлених та спожитих продуктів моди. Також важливо, де вироблено продукт, з якої сировини і чи дає виробник робочі місця у своїй країні, чи використовує дешеву «китайську» робочу силу. Звичайно, враховуючи всі ці фактори, продукт моди значно збільшується в ціні. На противагу цьому можна навести аргумент, що річ, куплена за значну суму, носитиметься тривалий час і вона повністю окупить себе (рис. 2).

Але концепція *slow fashion* несприятливо відбивається на фінансовій вигоді брендів модного одягу. В умовах зниження споживчої активності ритейл- та фабричним брендам складно заробляти стільки, скільки вони заробляли раніше. Тому європейські *fashion*-марки останніми роками переймають досвід американських компаній, які, крім активного продажу своєї продукції, займаються перепродажем вживаних речей. Також розумним виходом у цій ситуації є надання послуги на реставрацію одягу та взуття.

Принцип *slow fashion* базується на розумному споживанні продуктів моди, яке замикає споживчий ланцюжок і дає речам друге життя. Існує багато способів споживати менше, тим самим дбайливо ставлячись до природних ресурсів та захищаючи довкілля від забруднень. Спочатку концепція *slow fashion* визнавала лише одяг, виготовлений вручну, відкидаючи впровадження у мас-

маркет. Поступово ця концепція розширила свої принципи та тлумачення, спираючись на те, що речам треба давати друге життя. Відповідно, основні положення концепції *slow fashion* реалізуються в таких напрямках дизайн-діяльності:

- раціоналізм – розумне споживання та грамотне формування гардеробу;
- мінімалістичний підхід, який впливає на споживчі вподобання, процеси прийняття рішень та способи покупок;
- якість (матеріалу, лекал, викрійок, виготовлення продукції);
- функціональність – формувати гардероб із базових речей, які гармонують між собою;
- індивідуальне пошиття (одяг зшитий власноруч або на замовлення);
- екологічність – вибір одягу з екологічно раціональних, етично вироблених або перероблених тканин;
- хенд-мейд та власноручний ремонт одягу;
- апсайклінг – перешивання або оновлення речі, якщо вона «вийшла з ладу»;
- підтримка локальних виробників, незалежних дизайнерів та невеликих брендів з історією;
- купівля вінтажного одягу;
- усвідомленість – не дозволяти «зайвим речам» затримуватись у гардеробі та з повагою ставитися до того, що є;
- жертвування непотрібного одягу.

Дані аспекти, в умовах їх впровадження в сегменті мас-маркету, все активніше застосовуються для розкриття засад *sustainable fashion* у діяльності екологічно орієнтованих брендів модного одягу.

Сталий розвиток (англ. *sustainability*) – це концепція, що описує практики та підходи, спрямовані на забезпечення гармонії між поточними потребами суспільства і захистом природних ресурсів та екологічного балансу для майбутніх поколінь. Це поняття виходить за межі простої охорони навколишнього середовища та включає соціальний та економічний аспекти.

Sustainable fashion як концепція сталого споживання змінює ставлення проєктантів, виробників та представників мережі розповсюдження продуктів моди до створення етичних умов праці, способів переробки сировини, продуктів та відходів, відмови від застосування токсичних компонентів виробництва тощо. З іншого боку, дана концепція спонукає як виробників, так і споживачів до етичного споживання речей, до зміни звичок та свідомого способу життя, до застосування екотканин, органічних та перероблених матеріалів, розвиток ремесел чи локального виробництва ужиткових речей та продуктів моди. Такими є основні положення дієвості стійкої моди [1].

Одним з найбільш неочікуваних напрямів розвитку sustainable fashion у сфері індустрії моди можна вважати подовження життєвого циклу споживання одягу та зменшення кількості речей, що використовуються одночасно. Засобами реалізації цих напрямів є обмін та оренда одягу, застосування second hand та вінтажних продуктів моди, впровадження тенденцій мінімалізму та апсайклінгу.

Sustainable fashion позиціонується як концепція, пов'язана економічною та соціальною стійкістю, а також відповідальним природокористуванням, на всіх етапах формування, розвитку та споживання має на увазі стабільний стан соціальної сфери, фінансової системи та культурних інституцій. Один із аспектів sustainable fashion – етика споживання. Вона пов'язана з формуванням етичних стандартів використання ресурсів, з кількістю та динамікою споживання [22]. Sustainable fashion як етична система передбачає соціально відповідальне ставлення до виробництва та людських ресурсів, задіяних у системі виробництва (рис. 3).

«Сталий розвиток» (sustainability) в індустрії моди – це підхід, спрямований на створення модних товарів та впровадження виробничих процесів, які мінімізують

негативний вплив на навколишнє середовище, соціальні стандарти та економічну стабільність, забезпечуючи при цьому унікальність та красу. Унікальність підходу до сталості в модній індустрії проявляється у кількох аспектах:

– **етичне виробництво** – його унікальність полягає в прагненні до створення продуктів моди, вироблених з урахуванням етичних стандартів, що означає дотримання прав праці, відсутність використання дитячої праці, створення безпечних та здорових умов праці для робітників у виробничих підприємствах модної індустрії тощо;

– **справедлива торгівля** – встановлення справедливих умов для виробників з країн, які розвиваються, що включає виплату справедливої ціни за продукцію, уникнення експлуатації та забезпечення партнерських відносин з виробниками тощо;

– **використання екологічних матеріалів** – унікальність полягає в переході від використання шкідливих матеріалів до використання екологічно безпечних та сталих альтернатив, наприклад використання органічних тканин, переробку вторинних матеріалів, використання тканин, що мають менший вплив на навколишнє середовище тощо;

– **кругове використання ресурсів** – унікальність полягає в прагненні до створення модних товарів, які можуть бути використані впродовж тривалого часу та відновлюються після використання, що означає стимулювання моделі cradle-to-cradle (укр. від колиски до колиски), де виробництво, використання та переробка товарів відбувається в екологічно-безпечному циклі;

– **унікальний дизайн** – «сталий» дизайн у модній індустрії надає унікальність та довговічність продуктам моди, що включає створення класичних та універсальних моделей, які не втрачають своєї актуальності протягом тривалого часу,

а також сприяють відновленню та ремонту виробів.

Враховуючи ці унікальні аспекти, sustainability в модній індустрії забезпечує створення продуктів моди, які відповідають потребам сучасного споживача, при цьому мінімізуючи негативний вплив на середовище та сприяючи економічній та соціальній стабільності.

Рада моди Європи декілька років тому презентувала нові норми екодизайну ЄС, які є винятковими та інноваційними. Ці норми відображають високу унікальність та важливість підходу sustainability до дизайну одягу. Одним з ключових аспектів нових норм є використання екологічно чистих матеріалів у виробництві модних товарів Рада моди Європи пропонує використовувати відновлювані та вторинні матеріали, що дозволяє знизити негативний вплив на навколишнє середовище та сприяти його збереженню.

Також нові норми визначають принципи енергоефективності у виробництві та використанні продуктів моди. Це означає, що дизайнери повинні враховувати енергоефективність у всіх етапах процесу виробництва, від вибору матеріалів до способів переробки. Додатково, нові норми сприяють розвитку креативних та унікальних підходів до дизайну, що відповідають стандартам сталості. Це означає створення модних виробів, які є естетично привабливими та мають високу якість, а також можуть використовуватись тривалий час. Такий підхід допомагає зменшити споживчу культуру швидкої моди та сприяє сталому розвитку ринку продуктів моди. Загалом, нові норми екодизайну ЄС, запропоновані Радою моди Європи, втілюють в собі високий рівень унікальності та інноваційності, сприяючи розвитку сталого підходу до модного дизайну та споживання. Вони відображають постійне зусилля модної індустрії у напрямку сталості та збереження навколишнього середовища [23].

Таким чином, мінімалізм впливає на помірне споживання продуктів моди, пропонує нові підходи до виробництва, унікальності, екологічної свідомості та ціннісного перетворення. Цей вплив сприяє розвитку більш стійкої та етичної модної індустрії. Однак, щоб надати високого рівня унікальності стилістиці мінімалізму в умовах становлення помірного споживання, доцільно зосередитися на конкретних аспектах сталого розвитку, які роблять його неповторним:

– **інноваційність** – сталий розвиток вимагає новаторських підходів та рішень для забезпечення екологічної ефективності, соціальної справедливості та економічної стабільності, наприклад, нові технології, винаходи або методи, які сприяють сталому способу життя та виробництва;

– **культурна специфіка** – кожне суспільство має свої особливості, традиції та цінності, які впливають на спосіб сприйняття та реалізацію сталого розвитку. Унікальність полягає в тому, як різні культури інтегрують принципи сталості у свої повсякденні практики та розуміння;

– **місцеві особливості** – кожне місце має свої унікальні екологічні, соціокультурні та економічні умови. Сталість враховує місцеві особливості та розвиває відповідні підходи та рішення, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів та мінімізувати негативний вплив на оточуюче середовище;

– **соціальна взаємодія** – сталий розвиток залежить від співпраці та взаємодії між різними групами суспільства, включаючи уряд, бізнес, громадські організації та громадянське суспільство. Унікальність полягає в здатності створювати сприятливу платформу для діалогу, спільної дії та розробки інноваційних рішень для сталого розвитку.

Ці аспекти додають унікальності до концепції сталості, виражаючи її специфічність для кожного контексту та наголошуючи на необхідності інтегрувати сталі принципи в унікальні сфери життя та розвитку суспільства.

Мінімалізм є не лише стильовою течією в моді, але й концепцією, що сприяє «сталому» розвитку індустрії моди. Мінімалізм сприяє поширенню «свідомих» зразків споживання, таких як купівля меншої кількості, але вищої якості речей, віддавання переваги сталій матеріальності та загальне прийняття більш мінімалістичного способу життя.

У наші дні споживачі купують вдвічі більше одягу, ніж 20 років тому, а носять його вдвічі менше. XXI століття визнано віком споживання. Перед сучасними дизайнерами стоїть дуже важливе завдання – витратити менше матеріалів у процесі виробництва, а також раціонально використовувати вироби, що вже існують. Завдяки цьому з'являється таке нове поняття як апсайклінг.

Зокрема, зменшуючи об'єми споживання продуктів моди, надаючи їм унікальних властивостей за рахунок переробки чи трансформації, можна долучитись до екологічно орієнтованих концепцій та технологій розвитку суспільства. Найбільш виразні зміни у використанні відходів індустрії моди реалізуються в процесах, в яких повністю змінюється первинна функція продуктів моди. При цьому об'єктом апсайкл-дизайну стають, насамперед, матеріальні, формальні, тактильні властивості продуктів моди, їхній перцептивний потенціал, естетичні та конструктивні властивості, технологічні інновації тощо [24].

Апсайкл – метод виробництва одягу чи об'єктів з урахуванням раніше виготовлених речей, які не використовуються за призначенням. Це ріднить апсайкл із ресайклом: по суті, обидва методи дають нове життя старим речам. Тільки на відміну від ресайкла при апсайклі річ не переробляється в новий матеріал, а просто береться в роботу, стаючи складовою чогось нового.

Хоча апсайклінг набрав максимальної популярності в останні десятиліття, він існує набагато довше. Але раніше апсайклінгом називали «творче повторне використання». До початку індустріальної революції

виробництво нових речей коштувало дорого, а людська праця була практично безкоштовною, завдяки чому ремонт та переробка речей були невід'ємною частиною життя людей. З початку XX століття апсайклінг використовувався для створення творів мистецтва, а також в інших сферах людської життєдіяльності, де люди хотіли заощадити гроші. Цей метод був вимушеним заходом і найчастіше використовувався бідними верствами населення або у часи економічних негараздів у суспільстві. Економічна нестабільність та дефіцит товарів змушували людей переробляти старі речі. Проте, коли наприкінці XX та на початку XXI століть, отримала поширення концепція вторинної переробки чи ресайклінг, популярність апсайклінгу продовжила зростати, оскільки люди стали більше обізнані про екологічні проблеми та охорону навколишнього середовища.

Тепер, замість того щоб просто викинути непотрібну річ, чи то предмет меблів, іграшку чи одяг, багато людей намагаються перетворити її на щось нове. Сучасні апсайклінг-бренди говорять про екологію та впроваджують засади усвідомленого споживання. З набуттям популярності у соціальних мережах концепція вторинного використання стала модною тенденцією. В цьому контексті все більше ритейл-брендів, особливо в сегментів одягу для активного відпочинку та outdoor-одягу, започатковують екологічні ініціативи для поширення принципів сталого споживання продуктів моди та впровадження засобів апсайклінгу в дизайн одягу для туризму та активного відпочинку.

Зокрема, заслуговує уваги діяльність бренду одягу для активного відпочинку The North Face [25], який у 2018 р. запустив «платформу для повторної комерції». Колекція North Face Renewed 2018 р. включала відреставрований одяг, який доступний для продажу з великими знижками в порівнянні з покупкою нового. Мета проекту: впровадити кругове та

малоефективне дизайнерське мислення на ранні етапи процесу проектування. З того часу групи дизайнерів бренду The North Face створюють індивідуальні, єдині у своєму роді

вироби з предметів одягу, які раніше вважалися такими, що не підлягають ремонту, а тепер доступні для онлайн-аукціону (рис. 4).



Рис. 3. Структура функціонування концепції сталої моди у системі споживання продуктів моди



Рис. 4. Моделі верхнього одягу бренду The North Face, виготовлені із застосуванням принципів апсайклінгу

За допомогою цієї програми The North Face підтримує свою програму оновленого спорядження, щоб приєднатися до зростаючої тенденції апсайклінгу в індустрії активного відпочинку [26]. Можливо, найважливішою її частиною є програма Patagonia WornWear Recrafted, яка була

запущена у листопаді 2019 року, щоб доповнити успішну ініціативу Worn Wear, яка дебютувала онлайн у постійній формі у вересні 2017 року [27]. Обидва ринки тепер пропонують індивідуальні, одноразові відновлені речі, поряд з одягом, що раніше використовувався, після чого був очищений

і сертифікований для перепродажу. На сьогоднішній день інші бренди, що впроваджують подібні екологічно і соціально відповідальні ініціативи, включають платформу перепродажу Arc'teryx Rock Solid, колекцію Cotopaxi Repurposed Collection, партнерство Adidas TERREX з Parley, що виробляють функціональний текстиль із пластику, витягнений із океану [28].

Дизайнерські бренди інших сегментів ринку модного одягу також постійно висувають та реалізують свої екологічні плани, в яких одним з основних є пункт використання перероблених матеріалів. Так, дизайнерський бренд Prada вирішили повністю перейти на перероблений нейлон. Щорічно для створення знакових курток, плащів та рюкзаків Prada у своїх колекціях використовують близько 700 тисяч метрів нейлону [29]. Нейлон – матеріал із сімейства поліамідів, який досить легко піддається регенерації (переробці). Тобто з вживаних нейлонових речей – одягу, парашутів, канатів – можна заново зробити тканину без втрати якості матеріалу. Регеноване волокно Econyl, яке вже використовують Prada, Burberry [30] та інші модні бренди, згодом також можна використовувати. Плюс у тому, що переробити матеріал дешевше, ніж зробити новий з нуля, до того ж це очевидна добра справа: основне джерело вторинної сировини – старі рибальські сіті, що вже стали частиною океанічного сміття [31].

Інший синтетичний матеріал, який піддається переробці знову на волокна, – поліестер. З вторинним поліестером модні компанії працюють уже давно та широко. Outdoor-марка Patagonia стала у цьому піонером: вона використовує перероблені пластикові пляшки для створення флісу для своїх жилеток та курток з 1993 року [27]. Сировиною для нього стають і пластикові пляшки, і синтетичний одяг, що був у використанні, і океанічне сміття. Переробкою останнього в корисні матеріали займається, зокрема, організація Parley for the Oceans [32].

Менш люксові, але все ж відомі бренди одягу та аксесуарів також серйозно зайнялися утилізацією та переробкою своєї продукції. Це зручно та вигідно, як для продавця, так і для покупця. Розірваний, зношений одяг з фірмовим ярликом, що вийшов з моди, можна віднести до спеціально обладнаного приймального пункту цього бренду. Замість старої речі можна отримати купон на солідну знижку в бутику цього бренду та часткову оплату за річ.

Отже, засоби апсайклінгу є одним з провідних напрямів впровадження помірною споживання, особливо в сегменті outdoor та одягу для активного відпочинку (рис. 5). Для створення нових моделей доцільно використовувати як композиційно-конструктивні, так і фактурно-кolorистичні комбінації матеріалів та елементів уживаного одягу. Пошук нових варіантів моделей полягає, в першу чергу, у комбінуванні саме цих характеристик – пропорційних та конструктивних рішень. Найбільш раціональні варіанти моделей одягу (як плечового, так і поясного) в подальшому можуть утворювати комплекти одягу, що мають розширене призначення – від одягу для туризму до вуличного одягу спортивного стилю.

На основі аналізу образно-проектних та конструктивно-композиційних варіантів рішення моделей outdoor-одягу створено три моделі чоловічих курток спортивного стилю (рис. 6, а-в) та дві моделі чоловічих шортів (рис. 7, а-б) із впровадженням засобів апсайклінгу для втілення в матеріалі.

В моделі (рис. 6, а) запроєктовано дві накладні кишені на металевих кнопках, які більш функціональні, а також одна прорізна кишеня вище, на рівні грудей; в куртці (рис. 6, б) запроєктовано три прорізні кишені: одну на рівні грудей, ще дві на рівні талії; в моделі (рис. 6, в) присутні дві прорізні кишені на рівні грудей, а також дві прорізні кишені нижче на рівні талії.



Рис. 5. Творчий колаж проєктного образу споживача чоловічого спортивного одягу outdoor на основі екологічно орієнтованих проєктних практик

Для отримання потрібного проєктно-композиційного рішення чоловічих курток були здійснені зміни, аби використати обмежений запас матеріалів і дотриматися ідеї безвідходного використання задля збереження екології. Також зміни зроблені, аби додати виробу більшої зручності та свободи рухів. Членування переду, спинки та рукава допомагають по максимуму використати обмежені ресурси та надати залишкам старих речей та тканин нове життя.

Розроблені моделі чоловічих шортів можуть використовуватися як для повсякденного використання, так і для активного відпочинку та туризму, призначені для весняно-літнього періоду, для молоді та чоловіків різного віку. З матеріалів доцільно використовувати бавовну, що відрізняється легкістю, при цьому високою міцністю і приємна до тіла. В першій моделі присутні дві прорізні бокові, а також дві накладні кишені позаду та попереду. В другій моделі наявні дві прорізні кишені попереду і дві позаду, а також дві накладні кишені на задній частині

моделі. Засоби апсайклінгу, застосовані в розробці моделі, дозволяють повторно використовувати елементи моделей даного асортименту.

Висновки. Сстійка мода – явище, пов'язане із зміною принципу споживання продуктів моди, що передбачає уповільнення темпів обігу стилю, переробку матеріалів, звернення до екологічного стандарту та етики споживання. Сстійка мода має на увазі порушення базового принципу системи, що полягає в прагненні до новизни, і пов'язана з обмеженням споживання та спробою встановлення відповідального використання природних ресурсів. Споживачі все частіше роблять усвідомлений вибір на користь екологічно орієнтованих брендів модного одягу і відповідально ставляться до експлуатації, повторного використання та утилізації використаних продуктів моди. Таким попитом на екологічно орієнтовану модні тенденції вони спонукають дизайнерські бренди до провадження основних

принципів стійкої моди – розвиток екологічних технологій, застосування екосировини, оптимізації логістики та забезпечення сприятливих умов

виробництва та етичного ставлення до працівників. Це активно сприяє формуванню окремої стійкої культури виробництва та споживання продуктів моди.

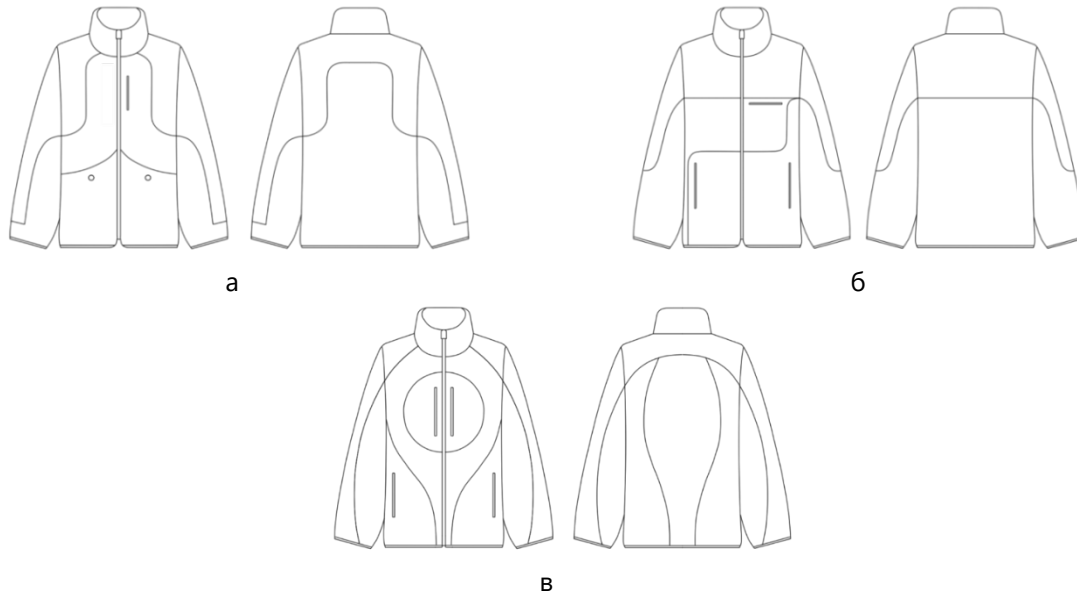


Рис. 6. Моделі чоловічої куртки спортивного стилю із впровадженням засобів апсайклінгу

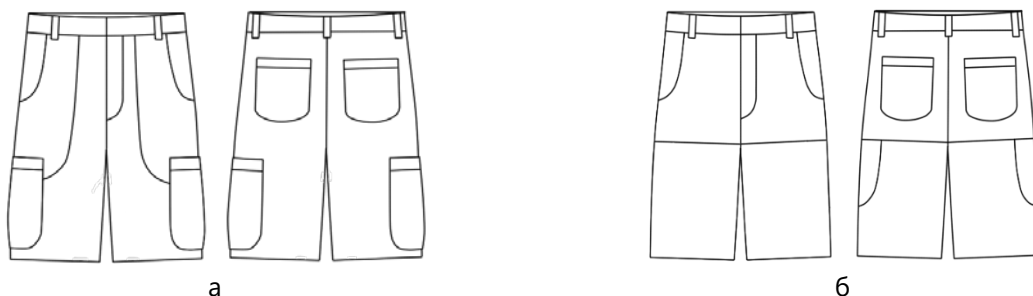


Рис. 7. Моделі чоловічих шортів спортивного стилю із впровадженням засобів апсайклінгу

Крім зміни ідеології споживання та прагнення до відповідального користування ресурсами, стійка мода виходить із основного пріоритету: створення універсального костюма, яке забезпечило б стабільне існування моди та створення альтернативної доктрини, пов'язаної з пуританською, мінімалістичною чи раціональною модою.

Мінімалізм має поглиблений вплив на швидку моду, пропонуючи альтернативу класичному підходу до виробництва та споживання одягу. Основні аспекти цього впливу включають:

– **скорочення циклу виробництва:** мінімалістичні бренди ставлять перед собою

завдання виробляти обмежені обсяги товарів, уникати перевиробництва і займатися продажем одягу невеликими партіями. Це сприяє скороченню циклу виробництва та швидшому введенню нових колекцій на ринок;

– **унікальність та персоналізація:** мінімалістичні бренди надають більшу увагу унікальності та індивідуальності продукції. Вони пропонують обмежені випуски одягу, ретельно обирають матеріали та деталі, що дозволяє створювати унікальні речі для своїх клієнтів. Це відокремлює їх від масових брендів швидкої моди, де одяг виготовляється масовими тиражами;

– **екологічна свідомість**: мінімалістичний підхід в моді акцентується на створенні якісного одягу для тривалого користування, що мінімізує негативний вплив на навколишнє середовище. Він спонукає споживачів обирати якість частіше, ніж кількість, купувати менше речей, але більш якісних, тим самим сприяючи більш стійкому споживанню;

– **ціннісне перетворення**: мінімалізм в моді викликає роздуми про споживачькі звички та цінності. Він пропонує переосмислення необхідності швидкої моди та безглузлого споживання, спонукаючи споживачів зосередитися на збереженні та виборі речей, які вони справді потребують.

Література:

1. Що таке Sustainable Fashion та хто ж вони, українські sustainable-бренди. URL: <https://ukrainian.fashion/shho-take-sustainable-fashion-ta-xto-zh-voni-ukra%D1%97nski-sustainable-brendi/> (дата звернення: 03.07.2023).

2. Колосніченко О., Кротова Т., Пашкевич К. Sustainable Fashion як тренд сучасності. *Мистецтвознавство України*. 2021. №21. С. 35–42. <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670> (дата звернення: 28.08.2023).

3. Chuprina N. V. Characteristics of «FAST FASHION» concept in fashion industry. *Vlakna a Textil*. 2014. № 1. P. 31–36 URL: http://vat.ft.tul.cz/Archive/VaT_2014_1.pdf (дата звернення: 20.09.2023).

4. Чуприна Н. В. Система моди ХХ – початку ХХІ століття: проектні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти): монографія. Київ: КНУТД, 2019. 476 с.

5. Raynal-Peceny E. Circular fashion: an alternative to fast fashion: bachelor's thesis: Liberal Arts & Humanities. Prague: Charles University Prague. 60 p. URL: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/149278/130317215.pdf?sequence=1> (дата звернення: 28.08.2023).

6. Герасименко О., Полухіна А., Лю Ц. Тенденції стійкої моди в дизайні виробів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції* (27 квітня 2022). Київ: КНУТД, 2022. С. 155–156. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/>

Отже, в сучасному суспільстві концепція масового споживання fast fashion поступається новій філософсько-екологічній концепції «помірного споживання» sustainable fashion продуктів дизайну. Люди починають цінувати унікальність та якість одягу, а не тимчасові модні тенденції, що сприяє зниженню попиту на fast fashion. Концепція sustainable fashion, в першу чергу, реалізується через такі взаємодоповнюючі актуальні модні тенденції, як мінімалізм та апсайклінг, які знаходять своє відображення в дизайн-діяльності всезростаючої кількості дизайнерів та споживачів як учасників модного процесу.

[123456789/20907/1/APSD_2022_V1_P155-156.pdf](https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670) (дата звернення: 29.07.2023).

7. Dimant E. Minimalism and Fashion. London: Harper Collins, 2023. 224 p. URL: <https://pdf.wecabrio.com/minimalism-and-fashion.pdf> (дата звернення: 16.09.2023).

8. Walker H. Less is more: minimalism in fashion. London: Merrell Publishers. 2011. 192 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Less_is_More.html?id=LkTDcQAACAAJ&redir_esc=y (дата звернення: 14.09.2023).

9. Martin-Woodhead A. Minimalism as Sustainable Fashion. *Journal of Cultural Economy*. 2017. URL: https://www.academia.edu/62208061/Minimalism_as_Sustainable_Fashion (дата звернення: 09.08.2023).

10. Pangarkar A., Shukla P., Taylor Ch. Minimalism in consumption: A typology and brand engagement strategies. *Journal of Business Research*. 2017. Vol. 127. P. 167–178. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.033> (дата звернення: 07.09.2023).

11. Blonski K., Witek J. Minimalism in consumption. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*. 2019. Vol. LIII, 2. P. 7–15. URL: file:///C:/Users/Chuwi/Downloads/Minimalism_in_consumption.pdf (дата звернення: 26.08.2023).

12. Тканко З. Мінімалізм і геометрія форм одягу в моді України 1960-х років. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2011. Вип. 22. С. 284–293 URL: https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/22/24.pdf (дата звернення: 21.09.2023).

13. Дерев'яно Д. Г. Формування маркетингової політики в позиціонуванні підприємства на ринку: кваліф. робота ОС магістра: 073 Менеджмент. Київ, 2020. 99 с. URL: <http://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1726> (дата звернення: 16.08.2023).

14. Minasian M., Gudkova N. Fashion development: from 1990s minimalism to sustainable fashion. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2022. № 14–15. P. 668–672. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23316/1/Minasian Gudkova Article 27.05.22.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23316/1/Minasian%20Gudkova%20Article%2027.05.22.pdf) (дата звернення: 04.09.2023).

15. Чуприна Н. В., Сусук М. Б. Апсайклінг та його визначення як напрямку екодизайну в сучасній індустрії моди. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 3. С. 38–41. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/v2014-03-09-chouprina-susuk.pdf> (дата звернення: 17.07.2023).

16. Висоцька В., Кротова Т. Апсайклінг в дизайні: рефлексія на події військового стану в Україні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції* (27 квітня 2023). Київ: КНУТД, 2023. С. 172–175. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24623/1/APSD 2023 V1 P172-175.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24623/1/APSD%202023%20V1%20P172-175.pdf) (дата звернення: 13.09.2023).

17. Чому швидка мода це погано і що робити, щоб знизити її шкоду. URL: <https://liza.ua/uk/fashion/news-fashion/pochemu-bystraya-moda-eto-ploho-i-hto-delat-htoby-snizit-ee-vred/> (дата звернення: 14.09.2023).

18. Даршині Д. Справжня ціна дешевого одягу. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-49264839> (дата звернення: 17.07.2023).

19. Офіційний веб-сайт Kate Fletcher. URL: <https://katefletcher.com/> (дата звернення: 25.08.2023).

20. Обличчя повільної моди: Кейт Флетчер. URL: <https://www.perwoll.ua/rethink-fashion-blog/relive/kate-fletcher-on-slow-fashion-and-sustainability.html> (дата звернення: 20.09.2023).

21. Гелла К. С., Єременко І. І. Етична мода та її принципи. *Всеукраїнська наукова конференція студентів ХДАДМ за підсумками 2015/2016 навчального року* (17 травня 2016). Харків: ХДАДМ, 2016. С. 34–36. URL: <https://ksada.org/doc/stud-konf-2016.pdf> (дата звернення: 12.07.2023).

22. Комп'ютерне моделювання в хімії та технологіях і системах сталого розвитку: збірник наукових статей Сьомої міжнар. наук.-практ.

конф. 6–8 травня 2019. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 430 с. URL: <https://kxtp.kpi.ua/common/msct-2019.pdf> (дата звернення: 25.08.2023).

23. Офіційний веб-сайт European Fashion Alliance. URL: <https://www.europeanfashionalliance.org/> (дата звернення: 28.08.2023).

24. Забара С. Апсайклінг: як сміття може врятувати планету. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/72784/> (дата звернення: 15.09.2023).

25. Офіційний веб-сайт The North Face. URL: <https://www.thenorthface.com/en-us> (дата звернення: 28.04.2023).

26. Iz gir – у місто: як The North Face привів аудитор в моду. URL: <https://donttakefake.com/iz-gir-u-misto-yak-the-north-face-priviv-auditor-u-modu/> (дата звернення: 09.05.2023).

27. Офіційний веб-сайт Patagonia. URL: <https://www.patagonia.com/home/> (дата звернення: 15.06.2022).

28. Офіційний веб-сайт Arc'teryx LEAF. URL: <https://leaf.arcteryx.com/ca/en/> (дата звернення: 22.05.2023).

29. Офіційний веб-сайт Prada. URL: <https://www.prada.com/ww/en.html> (дата звернення: 17.08.2023).

30. Офіційний веб-сайт Burberry. URL: <https://us.burberry.com/> (дата звернення: 21.07.2023).

31. Офіційний веб-сайт Econyl. URL: <https://www.econyl.com/> (дата звернення: 19.08.2023).

32. Офіційний веб-сайт Parley. URL: <https://parley.tv/> (дата звернення: 29.08.2023).

References:

1. Shcho take Sustainable Fashion ta khto zh vony, ukrainski sustainable-brendy [What is Sustainable Fashion and who are they, Ukrainian sustainable brands]. URL: <https://ukrainian.fashion/shho-take-sustainable-fashion-ta-xto-zh-voni-ukra%D1%97nski-sustainable-brendi/> (last accessed: 03.07.2023) [in Ukrainian].

2. Kolosnichenko, O., Krotova, T., Pashkevych, K. (2021). Sustainable Fashion yak trend suchasnosti [Sustainable Fashion as a modern trend]. *Mystetstvoznavstvo Ukrainy – Art history of Ukraine*, 21, 35–42. <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670> (last accessed: 28.08.2023) [in Ukrainian].

3. Chuprina, N. V. (2014). Characteristics of «FAST FASHION» concept in fashion industry. *Vlakna a Textil*, № 1, 31–36 URL: <http://vat.ft.tul.cz/>

[Archive/VaT 2014 1.pdf](#) (last accessed: 20.09.2023) [in English].

4. Chuprina, N. V. (2019). Systema mody XX – pochatku XXI stolittia: proektni praktyky ta chynnyky funkcionuvannia (ievropeyskyi ta ukraïnskyi konteksty) [The Fashion System of the 20th and early 21st centuries: design practices and factors of functioning (Eueopean and Ukrainian contexts)]. Kyiv [in Ukrainian].

5. Raynal-Peceny, E. (2021). Circular fashion: an alternative to fast fashion: bachelor's thesis: Liberal Arts & Humanities. Prague: Charles University Prague. URL: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/149278/130317215.pdf?sequence=1> (last accessed: 28.08.2023) [in English].

6. Gerasymenko, O., Poluhina, A., Lu, C. (2022). Tendentsii stiikoi mody v dyzaini vyrobiv [Sustainabbe fashion trends in product design]. *Proceedings from Actual problems of modern design'22: IV Mizhnarodnaia naukovo-praktychna Konferencïa (27 kvitnia 2022 roku) – 4th International Scientific and Practical Conference*, Kyiv: KNUTD, pp. 155–156. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20907/1/APSD_2022_V1_P15_5-156.pdf (last accessed: 29.07.2023) [in Ukrainian].

7. Dimant, E. (2023). Minimalism and Fashion. London: Harper Collins. URL: <https://pdf.wecabrio.com/minimalism-and-fashion.pdf> (last accessed: 16.09.2023) [in English].

8. Walker, H. (2011). Less is more: minimalism in fashion. London: Merrell Publishers. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Less_is_More.html?id=LkTDcQAACAAJ&redir_esc=y (last accessed: 14.09.2023) [in English].

9. Martin-Woodhead, A. (2017). Minimalism as Sustainable Fashion. *Journal of Cultural Economy*. URL: https://www.academia.edu/62208061/Minimalism_as_Sustainable_Fashion (last accessed: 09.08.2023) [in English].

10. Pangarkar, A., Shukla, P., Taylor, Ch. (2017). Minimalism in consumption: a typology and brand engagement strategies. *Journal of Business Research*, 127, 167–178. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.033> (last accessed: 07.09.2023) [in English].

11. Blonski, K., Witek, J. (2019). Minimalism in consumption. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, Vol. LIII, 2, 7–15. URL: file:///C:/Users/Chuji/Downloads/Minimalism_in_consumption.pdf (last accessed: 26.08.2023) [in English].

12. Tkanko, Z. (2011). Minimalizm i heometriia form odiahu v modi Ukrainy 1960-kh rokiv

[Minimalism and geometry of clothing forms in Ukrainian fashion of the 1960s] *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv – Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*, Vol. 22, 284–293. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/22/24.pdf (last accessed: 21.09.2023) [in Ukrainian].

13. Derevianko, D. G. (2020). Formuvannia marketynhovoi polityky v pozytsionuvanni pidpriemstva na rynku [Formation of marketing policy in the position of the enterprise on the market]. Master's thesis. Kyiv [in Ukrainian]. URL: <http://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1726> (last accessed: 16.08.2023).

14. Minasian, M., Gudkova, N. (2022). Fashion development: from 1990s minimalism to sustainable fashion. *International scientific journal «Grail of Science»*, No. 14–15, 668–672. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23316/1/Minasian_Gudkova_Article_27.05.22.pdf (last accessed: 04.09.2023) [in English].

15. Chuprina, N. V., Susuk, M. B. (2014). Apsaiklinh ta yoho vyznachennia yak napriamu ekodyzainu v suchasniï industriï mody [Upcycling and its definition as a directionif eco-design in the modern fashion industry]. *Visnyk KhDADM – Bulletin of KhSADA*, № 3, 38–41. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/v2014-03-09-chouprina-susuk.pdf> (last accessed: 17.07.2023) [in Ukrainian].

16. Vysotska, V., Krotova, T. (2023). Apsaiklinh v dyzaini: refleksiia na podii viiskovoho stanu v Ukraini [Upcycling in design: reflection on the events on the material low in Ukraine]. *Proceedings from Actual problems of modern design'23: V Mizhnarodnaia naukovo-praktychna Konferencïa (27 kvitnia 2023 roku) – 5th International Scientific and Practical Conference* (pp. 172–175). Kyiv: KNUTD. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24623/1/APSD_2023_V1_P172-175.pdf (last accessed: 13.09.2023) [in Ukrainian].

17. Chomu shvydka moda tse pohano i shcho robyty, shchob znyzty yïi shkodu [Why fast fashion is bad and what can be done to reduce its harm]. URL: <https://liza.ua/uk/fashion/news-fashion/pochemu-bystraya-moda-eto-ploho-i-cho-to-delat-chtoby-snizit-ee-vred/> (last accessed: 14.09.2023) [in Ukrainian].

18. Darshini, D. Spravzhnia tsina deshevoho odiahu [The real price of cheap clothes]. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-49264839> (last accessed: 17.07.2023) [in Ukrainian].

19. Ofitsiyni web-sait [Official website] Kate Fletcher. URL: <https://katefletcher.com/> (last accessed: 20.09.2023) [in English].
20. Oblychchia povilnoi mody: Keit Fletcher [The face of slow fashion: Kate Fletcher]. URL: <https://www.perwoll.ua/rethink-fashion-blog/relive/kate-fletcher-on-slow-fashion-and-sustainability.html> (last accessed: 20.09.2023) [in Ukrainian].
21. Gella, K. S., Yeremenko, I. I. (2016). Etychna moda ta yii pryntsyipy [Ethical fashion and its principles]. *Proceedings from Vseukrainska naukova konferentsiia studentiv KhDADM za pidsumkamy 2015/2016 navchalnoho roku (17 travnia 2016 roku) – All-Ukrainian scientific conference of students of KhSADA based on the results of the 2015/2016 academic year.* (pp. 34–36). Kharkiv: KhSADA URL: <https://ksada.org/doc/stud-konf-2016.pdf> (last accessed: 12.07.2023) [in Ukrainian].
22. Proceedings from Kompiuterne modeliuвання v khimii ta tekhnolohiiakh i systemakh staloho rozvytku'19: VII Mizhnarodnaia nauko-vo-praktychna Konferentsiia (6–8 travnya 2019 roku) – VII th International Scientific and Practical Conference (2019). Kyiv: KPI im. Ihoria Sikorskoho URL: <https://kxtp.kpi.ua/common/msct-2019.pdf> (дата звернення: 25.08.2023) [in Ukrainian].
23. Ofitsiyni web-sait [Official website] European Fashion Alliance. URL: <https://www.europeanfashionalliance.org/> (last accessed: 28.08.2023).
24. Zabara, S. Apsaiklinh: yak smittia mozhe vriatuvaty planetu [Upcycling: how trash can save the planet]. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/72784/> (last accessed: 15.09.2023) [in Ukrainian].
25. Ofitsiyni web-sait [Official website] The North Face. URL: <https://www.thenorthface.com/en-us> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
26. Iz hir – u misto: yak The North Face pryviv audor v modu [From the mountains to the city: how The North Face brought the outdoors into fashion]. URL: <https://donttakefake.com/iz-gir-u-misto-yak-the-north-face-priviv-audor-u-modu/> (last accessed: 09.05.2023) [in Ukrainian].
27. Ofitsiyni web-sait [Official website] Patagonia. URL: <https://www.patagonia.com/home/> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
28. Ofitsiyni web-sait [Official website] Arc'teryx LEAF. URL: <https://leaf.arcteryx.com/ca/en/> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
29. Ofitsiyni web-sait [Official website] Prada. URL: <https://www.prada.com/ww/en.html> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
30. Ofitsiyni web-sait [Official website] Burberry. URL: <https://us.burberry.com/> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
31. Ofitsiyni web-sait [Official website] Econyl. URL: <https://www.econyl.com/> (last accessed: 28.04.2023) [in English].
32. Ofitsiyni web-sait [Official website] Parley. URL: <https://parley.tv/> (last accessed: 28.04.2023) [in English].

GERASYMENKO O. D., CHUPRINA N. V., DAVYDENKO I. V.,
CHUBOTINA I. M., KHOMENKO V. K., KUDREVSKY M. A.
Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

UPCYCLING AND MINIMALISM AS FASHION TRENDS OF SUSTAINABLE CONSUMPTION OF FASHION PRODUCTS

The purpose of the research is to determine the main project practices of the formation and implementation of the concept of sustainable consumption of fashion industry products and ecologically oriented methods of creating fashion products in the mass market segment.

Methodology. The research methodology is based on the implementation of a comprehensive approach to determining the criteria for spreading the concept of sustainable consumption in modern fashion. To characterize the main principles of fast, slow and sustainable fashion, a comparative analysis of the factors of the functioning of certain concepts in the modern fashion clothing market was carried out. In working with sources of primary information (design solutions of clothing models of leading fashion clothing brands, application of means of compositional design solutions and decoration of fashion products, characteristics of functional properties of fashion products of various assortments and purposes), subject-analytical, compositional and stylistic research methods are applied. In the context of conducting a structured analysis of project practices of sustainable consumption, a comparative method of literary and visual information analysis

is applied, based on documentary sources, fashion photography and illustration (materials from official websites, catalogs, fashion shows of designer brands on the topic of the study).

Results. The work characterizes the distinctive features of the concept of fast and slow fashion, sustainable consumption of fashion products. A comparative analysis of the formation of these concepts in the system of consumption of fashion products is presented. The main provisions and directions of design activities for the realization of the concept of slow fashion have been formulated. The principles of sustainable fashion are defined, which encourage the formation of a culture of creating and consuming fashion products, in particular, fashionable clothes. Systematization of approaches to the implementation of the principles of sustainable fashion in design activities in the fashion industry has been carried out. The style of minimalism is characterized as the basis for creating fashion products that meet the principles of the concept of sustainable consumption and long-term exploitation of fashionable clothes in the mass market segment. The basic criteria for the impact of a minimalist approach to creating fashion products on the production and consumption of fashionable clothes are formulated. Aspects of sustainable development of design activities based on the implementation of a minimalist approach to creating fashionable clothes are defined. The phenomenon of upcycling and its importance for the creation of unique fashion products are characterized. The basic criteria for the creating of fashion products by means of upcycling have been formed. Upcycling is characterized as a method of designing and carrying out design activities.

Scientific novelty. The scientific novelty of the results is determined by the justification of the means of minimalism and upcycling not only as methods of creating relevant fashion products, but as project approaches to the spread of the concept of sustainable consumption and sustainable fashion in modern design activities. In the work, a comparative analysis of the main principles of the functioning of fast, slow and sustainable fashion as a concept of moderate consumption of fashion products in the mass market segment of the modern fashion industry is carried out. It is well-founded that a minimalist approach to the development and consumption of fashionable clothing improves the culture of sustainable development of the fashionable clothing market.

The practical significance of the work consists in determining the main means of upcycle design as a method of creating unique fashion products and developing clothing models for various purposes with increased functional properties or elements of transformation. It is substantiated that ecologically oriented methods of creating clothing models contribute to the development of current project images and encourage consumers to introduce moderate consumption of fashion products in the mass market segment. It was determined that the most appropriate for designing clothing models in this segment of the market can be considered the combination of various options of proportional and constructive solutions.

Keywords: fashion product; clothing design; fast fashion; slow fashion; sustainable fashion; mass market; upcycle design; project practices; minimalism style; fashion clothing; fashion trend; recycling; fashion industry; design activity.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Герасименко Олена Дмитрівна, д-рка філософії, доцентка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0001-8566-7215, Scopus 57474366800, **e-mail:** gerasymenko.od@knutd.edu.ua

Чупріна Наталія Владиславівна д-рка мист., професорка, професорка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7017-6456, Scopus 56835800000, **e-mail:** chouprina@ukr.net

Давиденко Ірина Володимирівна доцентка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0002-6355-900X, **e-mail:** davidenko.iv@knutd.edu.ua

Чуботіна Ірина Михайлівна, д-рка філософії, ст. викладачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-8436-0086, **e-mail:** chubotina.im@knutd.edu.ua

Хоменко Владислав Костянтинович, магістр, кафедра мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6811-095X, **e-mail:** vladkhomenko1999@gmail.com

Кудревський Максим Анатолійович, магістр, кафедра мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0009-0003-6705-1873, **e-mail:** maximkudrevsky@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Герасименко О. Д., Чупріна Н. В., Давиденко І. В., Чуботіна І. М., Хоменко В. К., Кудревський М. А. Апсайклінг та мінімалізм як модні тренди помірною споживання продуктів моди. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 101–120.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.9>

Citation APA: Герасименко, О. Д., Чупріна, Н. В., Давиденко, І. В., Чуботіна, І. М., Хоменко, В. К., Кудревський, М. А. (2023) Апсайклінг та мінімалізм як модні тренди помірною споживання продуктів моди. *Art and design*. 3(23). 101–120.

УДК 7.012:7.074:
7.091(043.5)

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.10.

КВАСНИЦЯ Р. Б.

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна

ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДИ В ПРОСТОРИ ВОЄННИХ РУЙНУВАНЬ: ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА ПАРАДОКСАЛЬНОСТІ

Мета: провести аналіз презентації модних колекцій у воєнні часи відносно етичних та естетичних норм.

Методологія. У дослідженні використано теоретичні загальнонаукові методи аналізу та синтезу, класифікації, методи синхронного та діахронного аналізів. Дослідження базується на гетеротопологічному методі, а саме – використанні специфічної соціальної функції гетеротопології, тобто способів взаємодії візуальності та простору в презентації модних колекцій у місці, що протиставляє різні простори, які здаються несумісними один з одним.

Результати. Визначено, що парадокс, який полягає у презентації моди у зруйнованому війною просторі, з точки зору парадоксальної інтенції, може бути ефективним методом трансформації негативного сприйняття в позитивне. Встановлено, що врахування етичних норм є пріоритетними при створенні візуальних образів в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань. З'ясовано, що естетика відіграє важливу роль для маркетингових функцій і домінуючу для психологічних. Визначено чинники впливу на психологічне сприйняття суспільством fashion-фотографій у воєнний час. Виявлено соціально-психологічні механізми впливу та проведено диференціацію за основними критеріями, які є визначальними в регламентації етичної сторони презентації моди.

Наукова новизна. Проведено дослідження стосовно визначення етичних та естетичних норм презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань у контексті парадоксальності.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути застосовані на практиці в процесі представлення модних колекцій українських брендів у часі війни та повоєнний період, а також можуть знайти відображення у лекційних та практичних курсах з дисциплін «Дизайн реклами» та «Теорія комунікацій в масовій культурі».

Ключові слова: презентація модної колекції; простір; парадокс; гетеротопологія; fashion-фотографія; війна.

Вступ. Після закінчення військових конфліктів країна стикається з масовими руйнуваннями, занепадом економіки, гуманітарною кризою тощо. Екстремальна ситуація, в якій опиняється держава, призводить до стресу та травм, до психологічної кризи не лише окремих груп населення, а й усіх громадян країни. Як засвідчує досвід постраждалих від війни держав, відродження є багатовекторним, багатоетапним і тривалим процесом.

Одним з важливих факторів відбудови держави та подолання гуманітарної кризи є створення оптимально комфортного, життєствердного дизайну середовища, в якому людина почуватиме себе щасливою. Ще одним вагомим фактором є мода. Як соціально-психологічний і культурний феномен, мода впливає на всі сфери людської

діяльності. Одяг у воєнний час стає дуже символічним. Він набирає сакрального змісту (взяти найцінніші речі в ситуації еміграції); відображає емоції (мода на патріотичний одяг, на стиль «мілітарі»); стає етнічною ідентифікацією і самоідентифікацією. Психологічний аспект в даному контексті стає пріоритетним. Красивий образ, нова річ чи аксесуар здатні завадити депресії. Через купівлю реалізуються бажання. Ми купуємо емоційні асоціації зі світом, які модний дизайнер декларує. Надання імпульсу та мотивації для мрій є ключовими чинниками у створенні таких емоційних асоціацій.

Особистісна витривалість відіграє ключову роль, щодо здатності людини успішно протистояти стресовим ситуаціям. Є численні наукові дослідження та публікації щодо поняття «життєстійкості». Основою

положником цього терміну є Сюзанна Кобаса (Suzanne C. Kobasa) [8]. Американський психолог Сальваторе Мадді (Salvatore R. Maddi) продовжив дослідження цієї концепції. У своїх працях він стверджує, що витривалість і стратегії сприяють стійкості під час стресу. Також Мадді трактує витривалість як узагальнений спосіб функціонування, включаючи когнітивні, емоційні та поведінкові якості. Цей стиль функціонування впливає на те, як людина сприймає себе і взаємодіє з навколишнім світом [7]. У цьому контексті ми розглядаємо презентацію моди та дизайн простору як фактори, що впливають на трансформацію стресових обставин у можливості особистісного та міжособистісного зростання в деструктивних умовах кризової ситуації, а саме в умовах війни.

Аналіз попередніх досліджень.

Феномен моди вчені завжди розглядали в рамках таких дисциплін, як: філософія, історія та теорія мистецтва, естетика, культурологія, соціологія та інші. Свої погляди на моду висловлювали мислителі різних епох і філософських напрямків. Серед вітчизняних науковців подіумну моду як культурний феномен розглядали Л. Ткаченко, Л. Дихнич, Ю. Легенький, М. Мельник, О. Лагода. Дизайн простору для презентації модних колекцій досліджено в праці Р.Б. Квасниці. Fashion-фотографію вивчали С. Глорія, Б. Ньюголл, А. Давенпорт та інші. Існують достатньо розгорнуті дослідження, які орієнтовані на висвітлення впливу Другої світової війни на моду. Цю тематику розглядали Р. Арнольд, Б. Байд, К. Горрар, Д. Самерс та інші.

В есе Ребекки Арнольд «Мода в руїнах: фотографія, розкіш і занедбаність у Лондоні 1940-х років» досліджується, як руйнування часів війни відобразилися у fashion-фотографії. Авторка відзначає, що фотосесія моделей от-кутюр на тлі руїн понівеченого бомбами Лондона, набуває іншого змісту, а жіночність стає проблематизованою [2].

Те, як працювала модна індустрія в Лондоні повоєнного періоду присвячена

наукова праця Б. Байда. Автор надає глибокий аналіз соціальних, економічних і політичних умов повоєнного періоду в Британії. Бетан Байд в підсумку свого дослідження стверджує, що жорстка економія була рушійною силою динамічних процесів і змін в модній індустрії, зокрема у способах виробництва та продажу жіночої моди прет-а-порте. У дисертації показано, як період суворої економії та реакція британців на нього сформували траєкторію розвитку Лондона до кінця ХХ століття як міста моди [4].

У дослідженні Клер Горрара розглядається представлення Визволення Франції у військових звітах фотографа та кореспондента американського та британського Лі Міллер для журналу «VOGUE» під час Другої світової війни [6]. Фронтіві репортажі Міллера описували «Визволення Франції» в ідеалізованих образах жіночої краси й елегантності, використовуючи моду як основний канал для розуміння війни й окупації для читачів на внутрішньому фронті. Спеціального наукового дослідження за цією тематикою в українському мистецтвознавчому дискурсі немає. Тому узагальнення дослідницького досвіду в обраному напрямку та підкреслення важливості проблеми в сучасному суспільстві постає актуальним завданням.

Постановка завдання. Завданням статі є визначення етичних та естетичних норм в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань у контексті парадоксальності.

Результати дослідження та їх обговорення. Дослідження базується на гетеротопологічному методі, який бере свій початок у філософії Мішеля Фуко. Запропонований Фуко метод підходу та концептуалізації просторового виміру соціального світу не втратив своєї актуальності й у наш час. А саме, використання специфічної соціальної функції гетеротопології, тобто способу взаємодії візуальності та простору в презентації модних колекцій, як місця, яке має силу протиставляти різні простори, які здаються несумісними один з одним. Оскільки візуальні образи і, як

наслідок, зорове сприйняття все більше впливають на життя сучасного суспільства, вони відіграють ключову роль у сучасних тенденціях дизайну. За словами Бредлі Квіна, «Гетеротопії як фон для моди повинні створювати відчуття реальності, яке приваблює глядача на міські пустки, мешканці які врятували свій одяг, але не світ, у якому вони живуть» [10].

Початок 1990-х рр. відзначений в історії крахом суспільного ладу, економічною рецесією та війнами на Балканах і Близькому Сході, розвалом Радянського Союзу. Потенціал гетеротопій розкривають перші презентації модних колекцій Мартіна Маржели (Martin Margiela), сповнені просторових і соціальних знаків [1]. Мартін Маржела – бельгійський модельєр, художник, перформер і засновник французького будинку моди класу «Люкс» «Maison Margiela». Концепція Маржели полягає у тому, що він проводить паралель між зношеним чи непотрібним одягом і занедбаними районами міста, руїнами, які порівнює з «зоною бойових дій» чи «пусткою». На короткий період під час презентації колекції М. Маржела надає іншого значення окремим просторам у Парижі. Для прикладу розглянемо кілька показів.

В 1989 р. презентаційним простором для дефіле «Martin Margiela» став дитячий майданчик в одному з районів Парижа. Замість професійних моделей на цьому показі були звичайні перехожі, друзі та знайомі, а під час шоу продовжували бігати діти [10]. Відомий американський фотограф та критик Білл Каннінгем підготував фоторепортаж з цього показу для журналу «Details». Широкі плани, ситуативність, випадкові люди в кадрі, незвичні ракурси моделей з акцентом саме на антураж вирізняє цю fashion-фотосесію на тлі інших. У жовтні 1989 року Маржела влаштував показ на пустій ділянці в Парижі, пізніше у величезному складському приміщенні в промисловій зоні, в 1990 проводить дефіле на покинутій ділянці для паркування авто [9]. Таким чином, використовуючи моду,

Маржела створював нову ідентичність як для просторів, так і для одягу. Простір моди, традиційно асоційований з класом «Люкс», набував нового значення, оскільки дефіле відбувалися в повсякденному середовищі, яскраво підкреслюючи суперечність смислів і цінностей.

Іншим прикладом демонстрації потенціалу гетеротопій є дисонанс між концепцією презентації колекції «Défilé» та архітектурним простором величної споруди Гран-Пале в стилі Боз-ар. У 2014 р. креативним директором «Maison Martin Margiela» став Джон Гальяно, зберігаючи закладені цінності ДНК бренду. На показі колекції «Défilé» Джона Гальяно весна/літо 2020 р. під час Паризького тижня моди були представлені моделі в стилі уніформи для медсестер, армії, флоту та авіації Першої та Другої світових воєн [5]. Драматургія ходи моделі Леона Дейма в фіналі дефіле зробила шоу вірусною сенсацією Інтернету. Сценографія цього шоу мала політичні відтінки і була транслятором певних змістів. Отже, хоча існуючий простір може пережити своє первісне призначення та соціальні параметри, які визначають його форми, функції та структури, в будь-який час він може набути нового життя і для того не обов'язково змінювати збережені в ньому компоненти.

В останні десятиліття спостерігається тенденція фотографувати модні колекції в антуражі міських руїн, як свого роду спроба надати цьому простору новий сенс. Проте, ця тенденція наповнена глибоким ідейним змістом. Руїни, пов'язані з промисловими районами та житловими масивами, як правило, є результатом невдалого архітектурного планування, відсутності належного догляду за спорудами тощо [10]. Для модних дизайнерів та фотографів їхня форма, фактура та колір є привабливим фоном для фотосесій. Але руїни, спричинені війною, викликають зовсім інші емоції, і фотографії на такому фоні набуватимуть зовсім іншого змісту та значення. Бо зрозуміло, що вони виникли не внаслідок поступового руйну-

вання будівлі, а внаслідок бомбардувань та жорстоких військових інтервенцій.

Для прикладу розглянемо чотири фотографії 2022 року, в центрі яких знаходиться модель у вечірній червоній сукні. Ці фотографії об'єднують такі фактори: час знімання; простір; освітлення; колірний контраст між суб'єктом та фоном; тон, текстура та контраст. Однак, відмінність полягає у концепції задуму та чинниках впливу на соціально-психологічні механізми соціуму. На рис. 1 представлена комерційна рекламна фотографія. Зображена модель, яка репрезентує сукню ізраїльського бренду «Saleh Zini» під час Тижня моди в Мілані FW 2022/2023. Фото на рис. 2 відібрано з інтернет мережі фотоблогу «ODubovaya» і є рекламою фотографа, який проводить фотосесії для приватних замовлень. Зроблено на фоні руїн м. Перге в Туреччині. На рис. 3 реклама весільної сукні бренду «Dovita» із використанням ефекту «боке» (ефект м'якого розфокусованого фону руїн) для зосередження уваги на моделі. На рис. 4 в центрі кадру знаходиться молода дівчина в червоній вечірній сукні в середовищі зруйнованої бомбардуванням школи в м. Харкові під час воєнних дій в Україні 2022 року. В інтерв'ю BBC World News вона прокоментувала, що фотографія описує ситуацію в країні, демонструє контраст між красою і жахом реалій. «Ми радше хотіли привернути увагу до ситуації в Україні», – сказала Валерія, пояснюючи ідею фотосесії [3].

В Україні, країні де триває війна, фотосесії на фоні зруйнованих місць викликають суперечливі рефлексії. Образ зруйнованого простору є передусім символом небезпеки, страху, втрати та людської трагедії. Концепція fashion-фотосесії в середовищі руїн для психологічного сприйняття та правильного трактування її суспільством має в такій ситуації принципове значення. Локація стала причиною критики в соціальних мережах fashion-фотосесії 2022 року українського бренду «Mon Blanche», яка проходила посеред руїн Центрального будинку

культури в місті Ірпінь під час війни в Україні. Представники бренду відреагували на обурення публічним вибаченням в [Instagram-stories](#) «Mon Blanche».

Для глибшого розуміння етичної та естетичної сторони питання fashion-фотосесій та дефіле на фоні руїн у воєнний період було проведено аналіз публікацій та фотографій у модних журналах часу Другої світової війни.

У Франції ще до 1940 року відбувались сезонні дефіле. Однак в часі війни це стало неможливим. Франція відновила своє домінування в моді лише у 1947 році, коли Крістіан Діор представив модну колекцію в Парижі в стилі «New Look». В цей час більш впливовими стали британські та американські дизайнери. Для прикладу розглянемо фотосесію воєнного періоду відомого британського фотографа Сесіла Бітона для британського журналу «[Vogue](#)» у 1941 році, підписану «*Мода незнищенна*» («*Fashion is indestructible*»). На фото в зруйнованому просторі міста модель Елізабет Коуелл в костюмі британського дизайнера «Digby Morton». В центрі композиції спиною до камери стоїть жінка і дивиться на руїни. Вона в капелюшку та рукавичках, в елегантному, проте зношеному костюмі [2] (рис. 5).

Іншим прикладом є повоєнна фотосесія 1948 року британської кінозірки Сьюзан Шоу, яка з усмішкою на обличчі демонструє британську версію «New Look», позуючи в пальто «Windsmoor» посеред руїн собору Святого Павла (рис. 6).

У фотографуванні використано ефект «боке». Найбільш яскраво виражений світлотіньовий контраст у композиції акцентує саме на міміці моделі, на її посмішці, що підсилює емоційний смисл фото. Період між закінченням війни в 1945 р. і загальними виборами 1951 р. у Великобританії, класифікований в історії як період жорстокої економії. Зміни, спричинені Другою світовою війною, дуже сильно вплинули на лондонську моду з глибокими та довготривалими наслідками [4]. Ці зображення говорять про те, що життя

жінок триває, але вони не можуть бути байдужими до навколишнього світу та не змінюватися разом з ним. Фотографії того часу підкреслюють контрасти між розкішшю та злиденністю, ескапізмом та жіночими бажаннями бути красивою, демонструючи безпосередній вплив війни на міське середовище і мешканців. До війни fashion-журнали рекламували нові тенденції. Під час війни здебільшого пропагують носити однакові речі на різні випадки життя,

доповнюючи їх при необхідності аксесуарами. Аналіз матеріалів того періоду продемонстрував, що більшість модних фото мають репортажний характер. До основних засобів надання фотосесії характеру репортажу можна віднести: використання природного середовища; імітація повсякденного життя; вибір місця та антуражу; ситуативність; широкі плани; незвичні ракурси; природне позування моделі та природна міміка; випадкові люди в кадрі.



Рис. 1. Рекламна fashion-фотографія ізраїльського бренду «Saleh Zini», Міланський тиждень моди, FW 2022, Мілан, Італія [12]



Рис. 2. Приватна фотосесія на руїнах стародавнього міста, м. Перге, Туреччина, 2022 р. Фотоблог «ODubovaya» [13]



Рис. 3 Рекламна fashion-фотографія весільної сукні бренду «Dovita» 2022 р., Мілан, Італія [14]



Рис. 4. Приватна фотосесія випускниці посеред руїн розбомбленої школи. червень 2022 р., м. Харків, Україна [15]



Рис. 5. Fashion-фотографія «Fashion is indestructible» для журналу «Vogue» фотографа Сесіла Бітона. червень 1941р. Лондон, Великобританія [16].



Рис. 6. Британська кінозірка Сьюзан Шоу в пальто бренду «Windsmoor» серед руїн собору Святого Павла. Журнал «Film and Fashion Outlook», жовтень 1948 р. Лондон, Великобританія [17]

Важливими засобами побудови образного рішення в кадрі fashion-фотографії є положення в просторі, рух тіла, жест та міміка моделі; розставлення колірних та тональних акцентів в композиції. Було виявлено, що візуальні ефекти з точки зору макета сторінки в журналах воєнного періоду, композиції (вибору та обрізання фотографій), заголовки та підписи фотографій, зіставлення з іншими зображеннями на сторінці, використання шрифтів, кольорова гама є ефективними засобами створення дизайну реклами модного бренду, однак перш за все вони є носіями повідомлень про війну, демонструють перетин зв'язків етичних та естетичних, між красою та війною. В них відображається певна ситуація, в якій прихований глибокий підтекст. Fashion-фотосесії та презентації в часи військових дій підіймають безліч питань. Зокрема, питання норми як елементу етичної свідомості, моральних цінностей тощо. Оскільки, презентації модних колекцій є формою масової комунікації, які тісно пов'язані з

основними соціально-психологічними механізмами впливу, було проведено диференціацію за такими основними критеріями: за змістом (соціальні, політичні, комерційні); за характером (оригінальні, традиційні, концептуальні); за вагомністю (суттєві, несуттєві); за часом (своєчасні, несвоєчасні); за відповідністю (доречні, недоречні); за емоційністю (життєствердні, згубні тощо); за трактуванням прекрасного (естетичні, неестетичні). Ці критерії будуть визначальними в нормуванні етичної сторони презентації моди в кризові часи. Естетичні цінності можуть змінюватись за формою в залежності від концепції, ідеї, стилю модної колекції, але не за змістом.

Підсумовуючи, доцільно розглянути представлення моди через призму «парадоксальної інтенції». Парадоксальна інтенція – психотерапевтична методика, розроблена австрійським психологом та філософом Віктором Франклом у 1927 році. Метод полягає у тому, що людина, яка страждає від страху (фобії), повинна зробити те, чого вона найбільше боїться [12]. Таким чином,

проведення модних фотосесій посеред руїн (джерела страху) – створення свого роду провокативної ситуації для подолання тривожних емоцій. З цієї точки зору такі презентації створюють трансформацію стресових обставин у можливості особистісного та міжособистісного зростання в деструктивних умовах кризової ситуації. Щоб знизити негативне ставлення суспільства на презентацію моди в журналах і соціальних мережах, важливо за допомогою основних образотворчих і композиційних засобів спрямувати увагу людини на позитивні емоції, що є головним в життєдіяльності здорової людини.

Презентації колекцій українських дизайнерів на різних подіумах світу в часі війни є одним з дієвих способів впливу на світову громадську обізнаність, спрямований на широке розповсюдження, привернення уваги ЗМІ та набуття подальшого суспільного резонансу. Сценографія таких показів транслює рефлексії дизайнера на події. Мають важливе значення насамперед для дизайнера з психологічної точки зору концепції «життєстійкості» (як індивідуума, як творчої особистості, як патріота своєї країни) і всіх учасників проекту зокрема, а також для

української модної індустрії в цілому як декларація світу про те, що мода продовжує розвиватись в умовах руйнації, адекватно рефлектуючи на реальну ситуацію.

Висновки. У дослідженні проведено порівняльний аналіз та визначено особливості fashion-фотографій на тлі руїн. Виявлено особливості формування образності та візуальні характеристики fashion-журналів воєнного періоду. Визначено, що врахування етичних норм є пріоритетними при створенні візуальних образів в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань, а естетика відіграє важливу роль для маркетингових функцій і домінуючу для психологічних. Проаналізовано соціально-психологічні механізми впливу та визначено основні критерії, які є визначальними в регламентації етичної сторони презентації моди, а саме: за змістом, за характером, за вагомістю, за часом, за відповідністю, за емоційністю, за трактуванням прекрасного. Визначено, що парадокс, який полягає у презентації моди серед руїн під час війни, з точки зору парадоксальної інтенції, може бути ефективним методом трансформації сприйняття з негативного в позитивне.

Література:

1. Archive Maison Martin Margiela's First Show of Spring 1989: Deconstruction and Interpretation. Archive. URL: <https://www.archivepdf.net/post/maison-martin-margielas-first-show-spring-1989-deconstruction-and-interpretation> (дата доступу: 25.03.2023).
2. Arnold R. Fashion in Ruins: Photography, Luxury and Dereliction in 1940s London. *Fashion Theory*. 2017. 21(4), P. 341–363.
3. Приседська В. Шкільний альбом війни. Випускники Чернігова зробили фотосесію на руїнах – *BBC News Україна*, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61769880> (дата доступу: 15.03.2023).
4. Bide B. Austerity Fashion 1945–1951: Rebuilding fashion cultures in post-war. London, 2017. 398 p.

5. Davidson E. E. Galliano gets political with activist-inspired Margiela show. *Dazed*. 2019. URL: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/46194/1/maison-margiela-ss20-collection-john-galliano-paris-fashion-freedom-activism-eu> (дата доступу: 14.03.2023).

6. Gorrara C. Fashion and the femmes tondues: Lee Miller, Vogue and representing Liberation France. *French Cultural Studies*. 2018. 29(4). P. 330–344.

7. Maddi S. R. Hardiness leads to meaningful growth through what is learned when resolving stressful circumstances. *Meaning in Positive and Existential Psychology*. 2014. P. 291–302.

8. Maddi S. R., Kobasa S. C. The Development of Hardiness. *Stress and Coping: an Anthology*. 2019. P. 245–257.

9. Maison Martin Margiela from SS 1989 to FW 1993–94 – video Dailymotion. URL: <https://www>

[dailymotion.com/video/x5sixjk](https://www.dailymotion.com/video/x5sixjk) (дата доступу: 25.03.2023).

10. Quinn B. The fashion of architecture. Bloomsbury Publishing PLC, 2003. 288 p.

11. Квасниця Р. Б. Дизайн просторів для презентації модних колекцій: автореф. дис. ... канд. мист. Львів: Нац. ун-т «Львів. Політехніка», 2021. 20 с.

12. Веб-сторінка журналу "Gazzetta di Milano". URL: <https://www.gazzettadimilano.it/wp-content/uploads/2022/02/SALEH-ZINI-2021.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

13. Веб-сторінка ODubovaya. URL: <https://www.dubovaya.studio/wp-content/uploads/2022/05/20220616-20220616-6S0A6458-scaled.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

14. Веб-сторінка бренду Dovita. URL: <https://www.dovitabridal.com/wp-content/uploads/2022/10/1-74.jpeg> (дата доступу: 11.03.2023).

15. Веб-сторінка BBC News. URL: https://ichef.bbci.co.uk/news/800/cpsprodpb/12F87/production/125330777_285388126_3363821530570737_371100_8088374391124_n.jpg (дата доступу: 11.03.2023).

16. Веб-сторінка. URL: https://i.guim.co.uk/img/media/bbaca2698221bbeb969aa948233038008e60d729/0_0_7347_7372/master/7347.jpg?width=620&q_uality=45&dpr=2&s=none (дата доступу: 14.03.2023).

17. Веб-сторінка. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf> (дата доступу: 14.03.2023).

References:

1. ARCHIVE (2022). Archive Maison Martin Margiela's First Show of Spring 1989: Deconstruction and Interpretation. URL: <https://www.archivepdf.net/post/maison-martin-margielas-first-show-spring-1989-deconstruction-and-interpretation> (Last accessed: 25 March 2023) [in English].

2. Arnold, R. (2017). Fashion in Ruins: Photography, Luxury and Dereliction in 1940s London. *Fashion Theory*, 21(4), pp. 341–363 [in English].

3. Prysedska, V. (2022). Shkilnyi albom viiny. Vypusknky Chernihova zrobyly fotosesiiu na ruinakh [War school album. Chernihiv graduates made a photo shoot at the ruins] – *BBC News Ukraina*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61769880> (Last accessed: 15.03.2023) [in Ukrainian].

4. Bide, B. (2017). Austerity Fashion 1945–1951: Rebuilding fashion cultures in post-war. London. URL: <https://pure.royalholloway.ac.uk/en/publications/austerity-fashion-1945-1951-rebuilding-fashion-cultures-in-post-w> (Last accessed: 18.03.2023) [in English].

5. Davidson, E. (2019). Galliano gets political with activist-inspired Margiela show. *DAZED*. URL: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/46194/1/maison-margiela-ss20-collection-john-galliano-paris-fashion-freedom-activism-eu> (Last accessed: 14.03.2023) [in English].

6. Gorrara, C. (2018). Fashion and the femmes tondues: Lee Miller, Vogue and representing Liberation France. *French Cultural Studies*, 29(4), pp. 330–344. DOI: 10.1177/0957155818791889 [in English].

7. Maddi, S. R. (2014). Hardiness leads to meaningful growth through what is learned when resolving stressful circumstances'. *Meaning in Positive and Existential Psychology*, P. 291–302. DOI: 10.1007/978-1-4939-0308-5_17 [in English].

8. Maddi, S. R. and Kobasa, S. C. (2019). The Development of Hardiness. *Stress and Coping: an Anthology*, pp. 245–257 [in English].

9. Maison Martin Margiela from SS 1989 to FW 1993–94 – video Dailymotion. URL: <https://www.dailymotion.com/video/x5sixjk> (Last accessed: 25.03.2023) [in English].

10. Quinn, B. (2003). The fashion of architecture, Bloomsbury Publishing PLC. 288 p. [in English].

11. Kvasnytsia, R. B. (2021). Dyzain prostoriv dlia prezentatsii modnykh kolektsii [Stage Design for Fashion Collections Shows]. Extended abstract of candidate's thesis. Lviv: Nats. un-t «Lviv. Politekhnik» [in Ukrainian].

12. Web page of "Gazzetta di Milano". URL: <https://www.gazzettadimilano.it/wp-content/uploads/2022/02/SALEH-ZINI-2021.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

13. Web page of "ODubovaya". URL: <https://www.dubovaya.studio/wp-content/uploads/2022/05/20220616-20220616-6S0A6458-scaled.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

14. Web page of "Dovita". URL: <https://www.dovitabridal.com/wp-content/uploads/2022/10/1-74.jpeg> (дата доступу: 11.03.2023).

15. Web page of BBC News. URL: https://ichef.bbci.co.uk/news/800/cpsprodpb/12F87/production/125330777_285388126_3363821530570737_37

[11008088374391124_n.jpg](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.10) (дата доступу: 11.03.2023).

16. Web page. URL: https://i.guim.co.uk/img/media/bbaca2698221bbeb969aa948233038008e60d729/0_0_7347_7372/master/7347.jpg?width=620&q

[uality=45&dpr=2&s=none](https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf) (дата доступу: 14.03.2023).

17. Web page. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf> (дата доступу: 14.03.2023).

KVASNYTSIA R.

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

FASHION PRESENTATIONS IN THE SPACE OF WAR DESTRUCTIONS: ETHICS AND AESTHETICS OF PARADOXICALITY

Purpose: to conduct the analysis of the presentation of fashion collections in wartime in relation to ethical and aesthetic norms.

Methodology. The research uses theoretical general scientific methods of analysis and synthesis, classification, methods of synchronous and diachronic analysis. The research uses the transcendental method, the comparative method and the heterotopological method has been applied to demonstrate the way visuality and space interact in the presentation of fashion collections.

Results. It was determined that the paradox, which occurs when there is the fashion presentation among the ruins during the war, from the point of view of paradoxical intention, can be an effective method of transforming negative perception into positive, influencing the transformation of stressful circumstances into opportunities for personal and interpersonal growth in the destructive conditions of war. According to the results of the analysis of the experience of other countries, it was found that ethical norms should be a priority when creating visual images in the presentation of fashion collections in times of war. Factors influencing the psychological perception of fashion presentations in wartime by the society have been established. Since the presentation of fashion collections is a form of mass communication, socio-psychological mechanisms of influence were analyzed and differentiation was carried out according to the main categories.

Scientific novelty. For the first time, a study was conducted on the definition of ethical and aesthetic standards for the presentation of fashion collections during the wartime. Attention has been focused on the psycho-emotional perception by society of the presentation of fashion during the war.

Practical significance. The results of the research can be applied in practice in the process of presenting fashion collections of Ukrainian brands during the war and the post-war period.

Keywords: *fashion collection presentation; space; paradox; heterotopology; fashion photos; war.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Квасниця Роксоліана Богданівна, канд. мист., ст. викладачка кафедри дизайну та основ архітектури, НУ «Львівська політехніка», ORCID 0000-0001-7488-672X, e-mail: roksoliana.b.kvasnytsia@lpnu.ua

Цитування за ДСТУ: Квасниця Р. Б. Презентації моди в просторі воєнних руйнувань: етика та естетика парадоксальності. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 121–129.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.10>

Citation APA: Квасниця, Р. Б. (2023) Презентації моди в просторі воєнних руйнувань: етика та естетика парадоксальності. *Art and design*. 3(23). 121–129.

УДК 745.03/687.01

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.11.

КОКОРИНА Г. В., ДАВИДЕНКО І. В.,
ЧУБОТІНА І. М., ГЕРАСИМЕНКО О. Д.*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна***ФОРМОУТВОРЕННЯ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ: ІСТОРИЧНА РЕКОНСТРУКЦІЯ ТА СУЧАСНІ КОМПОЗИЦІЙНІ РІШЕННЯ КОРСЕТІВ ТА КРИНОЛІНІВ**

Мета статті полягає в презентації результатів науково-практичної роботи над реконструкцією історичних форм корсетів та кринолінів, яка проводиться на кафедрі мистецтва та дизайну костюма КНУТД, а також в обґрунтуванні актуальності каркасних виробів в сучасному дизайні одягу.

Методологія. Робота ґрунтується на методах систематизації візуальних джерел з історії моди, а також методах історико-хронологічного та компаративного аналізу. В ході експериментальних досліджень були використані методи практичної реконструкції історичного одягу, засоби проєкції об'ємної форми на площину та метод апроксимації

Результати. Проаналізовано еволюцію розвитку каркасних форм одягу в європейській моді XVI–XIX століть, функціональне та естетичне значення корсетів та кринолінів на різних етапах історії костюма. Описано досвід відтворення зразків історичного одягу на кафедрі мистецтва та дизайну костюма КНУТД, проаналізовано значення такого підходу для професійної підготовки дизайнерів одягу. Представлено огляд використання теми корсетів та кринолінів в творчості видатних дизайнерів кінця XX – початку XXI століття, обґрунтовано актуалізацію даної теми в колекціях 2023 року. Стаття проілюстрована оригінальними фотографіями з архіву кафедри, більшість з яких публікується вперше.

Наукова новизна роботи полягає у науковому узагальненні результатів практичної реконструкції каркасних форм історичного одягу в контексті актуалізації корсетів та кринолінів в сучасному дизайні костюма.

Практична значущість дослідження пов'язана з адаптацією методу апроксимації до завдань аналізу геометричної форми історичного костюма XVI–XIX століть з огляду на еволюцію каркасних елементів одягу. Практичні напрацювання з реконструкції одягу можуть бути залучені в процесі проєктування нових сучасних колекцій.

Ключові слова: корсет; кринолін; реконструкція; мода; дизайн одягу.

Вступ. Модні покази 2023 року окреслили одну з важливих тенденцій: повернення до чітко структурованих форм та акцент на природних особливостях анатомічної будови людського тіла. У рамках цієї тенденції на головних світових подіумах можна було побачити велику різноманітність варіацій експериментів із конструкцією та образною естетикою. Але особлива роль у цих інноваціях належить досвіду гри з історичними формами, у тому числі нова інтерпретація таких традиційних для європейського костюма елементів одягу як корсет і кринолін.

Вивчення історії моди у рамках освітньої програми для дизайнерів костюма має свою специфіку. Суть її полягає в

актуалізації практичних аспектів історичного костюма, і успішно такий підхід реалізується під час відтворення старовинних форм одягу. Колекція зразків костюмної реконструкції «Костюмотека» кафедри мистецтва та дизайну костюма Київського національного університету технологій та дизайну є результатом саме такого підходу. Вона складалася протягом останніх двадцяти років, налічує понад 500 одиниць одягу, головних уборів, взуття та аксесуарів і набула своєї оригінальної назви – «Костюмотека». Сегмент колекції, що має особливий інтерес через свою унікальність – це зразки каркасних виробів, що презентують період європейської моди від XVI до XIX століть. І якщо тема

відтворення корсетів є досить популярною серед дизайнерів, фахівців видовищних мистецтв та реконструкторів, то окремі зразки кринолінів із «Костюмотеки» є унікальними.

Аналіз досліджень та публікацій.

Корсети та криноліни тривалий час розглядалися виключно в контексті розробки видовищного костюма. Але наприкінці ХХ століття в моді склалася ситуація, в якій корсет повернув втрачені позиції, а провідні дизайнери почали використовувати цей архаїчний атрибут костюма з метою створення виразних та епатажних образів. Одним із перших дослідників, хто звернув увагу на це явище, стала історик моди Валері Стіл. У книзі «Корсет: історія культури» вона досліджує історію цього предмету одягу в європейській традиції, а також розвіює міфи, якими оточено корсет. Стіл В. аналізує, як змінювався сенс носіння корсета протягом століть і дає обґрунтування його актуалізації у творчості провідних дизайнерів 1980–2000-х років [1]. У 2000-ті роки з'являється ціла низка досліджень, спрямованих на глибоке вивчення технології виготовлення корсетів, методів їх практичного відтворення [2–4].

Ці добре ілюстровані видання включають поради щодо конструювання та розкрою, використання спеціальних матеріалів та інструментів, а також покрокове виконання конкретних проєктів реконструкції. Дослідженням та популяризацією корсетів займаються також діючі дизайнери, наприклад Жасмін Террі-Анкобіл, глава будинку моди Laidiecloth, де вона створює індивідуальний дизайн сучасних корсетних виробів і навіть запроваджує такий новий термін як «корсетъє», який позначає особливий вид дизайнерської діяльності [5].

Вищезгадані книги і сьогодні становлять цінність для тих, хто займається реконструкцією історичного костюма, створює ексклюзивні колекції для навчальних, виставкових та видовищних цілей [6, 7].

Окремі наукові дослідження стосуються соціальних проблем, пов'язаних із корсетами,

наприклад Джилл Філдс публікує в «Журналі соціальної історії» статтю «Боротьба з безкорсетним злом», присвячену аналізу історії протистояння прихильників та противників корсетів у 1900–1930 роках. [8].

У 2016 році у світ вийшла книга Браїана Мея, присвячена історії моди на криноліни, яка, на думку автора, померла понад 100 років тому [9]. Зосередившись на історії, автор не помітив, як в актуальну моду повернулися ці химерні споруди, допомагаючи дизайнерам реалізовувати екстравагантні проєкти та презентувати сміливі естетичні та соціальні декларації [10–15].

Постановка завдання. Важливим завданням теорії та практики сучасного дизайну одягу є вміння використовувати досвід історії моди. За таких умов колекція реконструйованих корсетів та кринолінів на сьогоднішній день стає приводом для глибокого професійного осмислення засобів надання одягу необхідної геометричної форми та образності. В даній публікації проведено аналіз закономірностей еволюції каркасних елементів одягу в європейській моді та обґрунтовані можливості перетворення майданчика з реконструкції історичного костюма на ефективну лабораторію ідей для молодого дизайнера.

Результати дослідження. Професійна майстерність дизайнера одягу передбачає вміння створювати оригінальні образи та вільне володіння формою з урахуванням актуальних модних тенденцій. Відомо, що мода здатна маніпулювати будь-якими людськими бажаннями та надавати їм сенсу. З огляду на це історія корсетів та кринолінів – це історія маніпулювання мрією про ідеальне тіло. І фахівцю важливо вміти співвідносити сучасне уявлення про красу з її історичними варіаціями, розуміючи, що найчастіше нове – це добре забуте старе. Розглянемо коротко еволюцію каркасних форм одягу в європейській моді у контексті основних категорій сучасного дизайну.

Слово «корсет» є зменшувальним від французького слова «cors» («тіло»), тобто

означає «маленьке тіло». Побутування корсета в європейському костюмі посідає період XVI – XIX століть, часу, коли модники вели винахідливу гру з природою, часто доводячи ситуацію до повного абсурду. Корсети носили як жінки, так і чоловіки, і головною його функцією було коригування форми тіла. У XVI столітті головне завдання полягало не в тому, щоб зробити талію вужче, а в тому, щоб надати тілу своєрідну циліндричну форму і пряму поставу, що відповідає тілесним нормам того часу. Сплющення всієї передньої ділянки тіла дозволяло нівелювати груди, але треба розуміти, що приховане від ока має особливу еротичну привабливість. І все ж таки головна мета такого корсета – демонстрації виняткового статусу і ледарства представників панівного класу. І хоча у формуванні моди практичність далеко не завжди є головним фактором, слід зазначити, що корсет у XVI столітті виконував ще й захисну функцію, подібно до лицарського обладунку, і часто виготовлявся з використанням металу. На рис. 1а та 1б представлена реконструкція саме такого корсета з колекції «Костюмотека», на додаток до якого був виготовлений також «фартингейл» у формі плоского кола. Ще один комплект слід віднести до кінця XVI – початку XVII століть, він включає корсет, кринолін («вертюгаль») і «бумроль» – подушку, яка знизу підтримувала спідницю, надаючи їй потрібну форму (рис. 1 в).

У колекції «Костюмотека» є кілька варіантів корсетів та кринолінів XVIII століття (рис. 2). Корсети цього періоду найбільш еротичні: притискаючи жіночі груди рівно до половини, такий корсет пікантно підіймав їх у вирізі декольте. Вузька спинка корсета була дуже високою, що вирівнювало і трохи прогинало спину назад.

В контексті історії моральних звичаїв, кринолін компенсував підкреслений еротизм корсета, дозволяючи дотримуватися зовнішньої скромності та визначати фізичну дистанцію. Всі інші

аспекти історії кринолінів – це зміна модних форм, назв та технологій виготовлення. Іспанські «вердугос» XVI століття інакше називали «охоронці чесноти», слово «паньє», що існувало у XVIII столітті, перекладається з французької як «кошик» і вказує не тільки на матеріал виготовлення, а й легкість і рухливість жіночої сукні, що органічно відповідало моді рококо.

Найважливіший маркер атрибуції історичного костюма – це проєкція форми одягу на горизонтальну або вертикальну площину. Цей метод традиційно використовується в дизайнерській практиці, але в історії моди відносно давно і, здебільшого, серед дослідників, які мають справи з автентичними зразками одягу. Одна з них – це Джессика Гласкок, яка опублікувала низку статей, присвячену аналізу взаємозв'язку історичної форми одягу та його каркасної основи [13, 14]. Автор надає вербальний опис геометрії форми костюма, ілюструючи його фотозображеннями зразків історичного одягу, уникаючи схем. Ще одне цікаве практичне дослідження було представлено виставкою «Одягання тіла. Силуети та мода (1550–2015)», яку влаштував Музей дизайну в Барселоні в 2014 р. Автор проекту та каталогу, Тереза Бастардес Местре, розглядає корсети, криноліни та турнюри як елемент внутрішньої конструкції сукні, яка змінює форму тіла відповідно закономірностям циклічності моди [15]. Враховуючи, що в ході експериментальної роботи ми отримали зразки історичного одягу в матеріалі і мали можливість аналізувати їх в різних ракурсах, виникла можливість представити власний варіант структурно-геометричного аналізу форми історичного костюма, заснованому на апроксимації. На рис. 3 представлена еволюція проєкції форми криноліна XVIII століття на горизонтальну площину, яка дозволяє визначити датування сукні з точністю до 5–10 років.

Схема, представлена на рис.4 була розроблена з метою демонстрації на лекціях з історії моди. Метод апроксимації дозволив замінити складні похідні конфігурації силуетів жіночої сукні на близькі до них прості геометричні і наочно показати, що у XIX столітті система корсет-кринолін задає

силуетну форму і є основним чинником модного тренду. При цьому маркером атрибуції у першій половині XIX століття виступає фронтальний силует, тоді як у другій половині XIX століття – профільний силует (рис. 4).



Рис. 1. Зразки реконструйованих корсетів та кринолінів з колекції «Костюмотека» кафедри мистецтва та дизайну костюма КНУТД: а – корсет та фартингейл XVI ст. на виставці «Гра з часом» в приміщенні Альта-центру, Київ, 2007 р.; б – корсет та фартингейл XVI ст.; в – корсет, кринолін та бумроль XVII ст. на виставці «Корсети та криноліни», КНУТД, 2016 р.



Рис. 2. Зразки реконструйованих корсетів та кринолінів з колекції «Костюмотеки»: а, б – корсети та криноліни XVIII ст. на виставці в КНУТД (2016 р.); в – проведення фотосесії на кафедрі мистецтва та дизайну костюма КНУТД

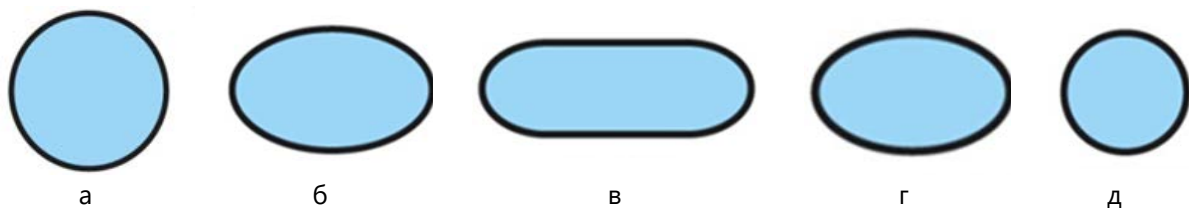


Рис. 3. Проекція форми криноліна XVIII ст. на горизонтальну площину: а – 1720-ті роки; б – 1730-ті роки; в – 1740-ві роки; г – 1750-1760-ті роки; д – 1770-ті роки. Схема розроблена Г. Кокоріною

Одна з найцікавіших і найскладніших розробок історичних каркасних виробів у збірці «Костюмотеки» – це комплект із корсета та криноліну зразка 1860-х років (рис. 5а, 5б). XIX століття стало зоряним часом жіночої білизни, а корсет підганяв фігуру під модні стандарти краси: «осина талія між апетитними стегнами і гордовитим бюстом» [1].

Згідно з рекламою того часу, корсет допомагав зберегти витончену талію і підтримати груди, збільшуючи її об'єм. У рекламних текстах надавався також докладний опис механізму корекції фігури: для жінки, у якої широка талія, обвислі груди та ледь помітні стегна пропонувався корсет, який «сплющує живіт, і той, перетікаючи в боки, утворює фантазійні стегна», які можуть зійти за справжні [1]. До шнурівки ззаду додалася застібка на фронтальній частині корсета, що забезпечувало можливість надягати та знімати корсет самостійно. Парадоксально, але в XIX столітті корсети вважалися медичною необхідністю, жіноче тіло сприймалося дуже тендітним, нездатним обходитися без підтримки. Зазначимо, що у цій реконструкції на перший план вийшли завдання технологічного характеру. Відомо, що корсет являв собою жорсткий каркас, обтягнутий тканиною. Конструктивно-технологічні елементи, які забезпечували за старих часів необхідні ребра жорсткості – це «планшетки» (дерев'яні, рідше зі слонової кістки, дощечки різної форми, які вставлялися в спеціальну кишеню спереду) та «кісточки» – гнучкі пластинки з металу, китового вуса, дерева, вербових прутів або очерету. Основні текстильні матеріали для корсетів – це бавовна, вовна, льон, шкіра, шовк та мереживо. Один із важливих підходів, який використовувався в даному дослідженні, полягав у тому, щоб відтворити автентичні вироби сучасними засобами. Форма та зовнішній вигляд реконструйованих зразків ідентичні історичним, а тканини, методи шиття, корсетна фурнітура (пластикові та металеві кісточки, бюски,

люверси) використовувалися сучасні та максимально технологічні.

«Криноліном» спочатку називали особливий вид тканини, виготовлений із лляних ниток з додаванням кінського волосся, яку використовували для пошиття щільних нижніх спідниць, «cŕinis» та «lĭnum» перекладається з латинського як «волосся» та «льон». З кінця 1850-х років у моду увійшли криноліни на сталевих обручах, з'єднаних по вертикалі стрічками або тасьмою. Кринолін з нашого комплексу цікавий тим, що він створює оригінальну профільну проекцію жіночої фігури: вона стає плоскою спереду, а в задній частині спідниці формується динамічний трен (рис. 5а, 5б). Необхідна форма «динамічного» криноліна створюється дотепною системою кріплень усередині конструкції, вивчення якої стало в даній роботі темою окремого дослідження. Цю форму криноліна запропонував знаменитий французький дизайнер англійського походження Чарльз Фредерік Ворт, він розробляв також різні варіації пізніших турнюрів, зразки реконструкцій якого можна побачити на рис. 5в та 5г.

Радикальні зміни у моді 1910–1920-х років залишили корсети та криноліни у минулому. Корсет спочатку переродився в корсетні пояси, бюстье та бюстгальтери, а потім, зазнавши більш радикальної метаморфози, він перемістився всередину тіла завдяки дієтам та фітнесу. На зміну корсету з кісточок прийшов корсет із натренованих м'язів, а про кринолін забули, здавалося б, назавжди. Але сьогодні ми можемо говорити про феномен відродження каркасних елементів у моді останньої чверті XX століття, який органічно відповідає духу постмодерного діалогу з історією та пошуку в моді минулого актуальних цитат.

У 1987 році Вів'єн Вествуд розробила колекцію під девізом «міні-крині». Це був натяк на повернення міні-моди, з одного боку, і іронічна гра з історичною модою та

традиційним поняттям жіночності (рис. ба). Корсет у цій колекції став не лише засобом спростування міфу про його суто репресивне, дискримінаційне призначення, але й продемонстрував прагнення перетворити його на знак жіночої сили та

символ емансипації. Того ж року П'єр Карден, традиційно завершуючи показ весільним ансамблем, нагадав про актуальність корсетних елементів для костюма нареченої і парадоксальним чином поєднав в одній моделі міні та максі (рис. бб).

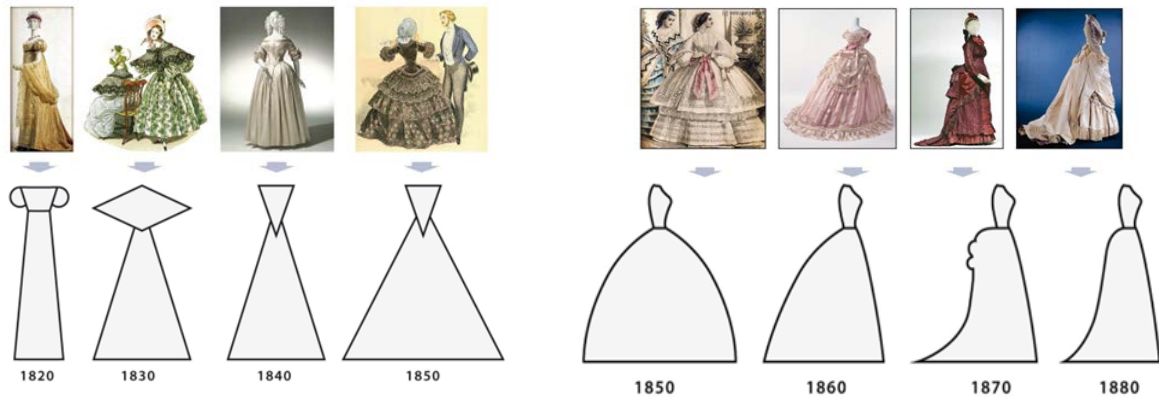


Рис. 4. Еволюція силуету жіночої сукні протягом XIX ст. Схема розроблена Г. Кокоріною

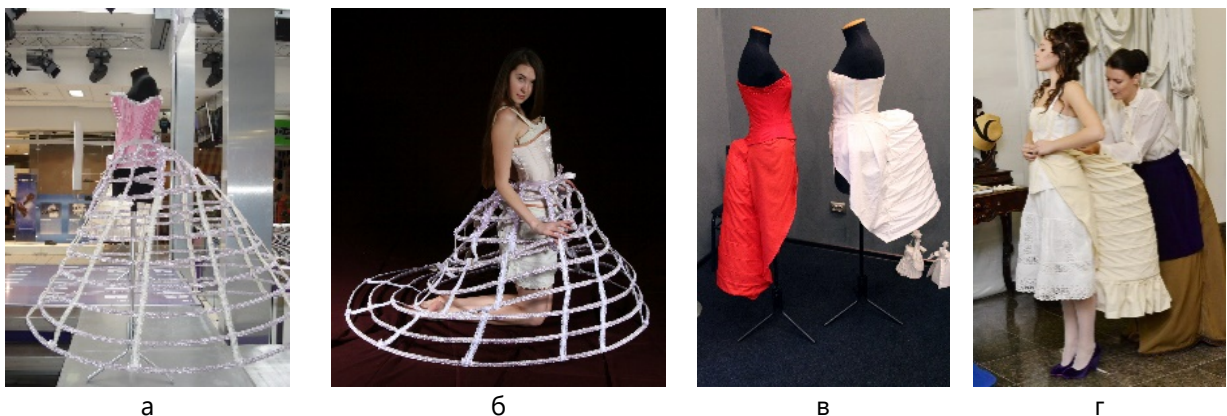


Рис. 5. Зразки реконструйованих корсетів, кринолінів та турнюрів з колекції «Костюмотеки»: а, б – корсети та кринолін середини XIX ст.; в – корсети та турнюри на виставці у Victoria Museum (Музеї історичного костюма та стилю Вікторії Лисенко), 2017 р.; перформанс в Музеї історії Києва, 2012 р.

Тему корсетів та бюстгальтерів екстравагантної форми часто використовував і Жан Поль Готьє. Перші версії бюстгальтера-конусу він представив на подіумі у 1983 році, взявши за основу елементи бюстгальтера-кулі 1950-х років та змінивши початковий контекст до підкресленої карикатурності. А корсет, який Мадонна носила під час свого туру «Блондинка з амбіціями» (Blond Ambition) у 1990 році, став головним елементом її нового образу, багато в чому сприяв популяризації творчості співачки та досі

залишається еталоном жіночої сексуальності (рис. бв). Колекція Джона Гальяно 1993 року показала, що модний показ здатний створити яскраву і незвичайну атмосферу і перенести глядача в інший історичний час. Одягнені в корсети і немов зношені сюртуки, моделі були схожі на невдалих аристократів, що ніби зазнали аварії корабля. І це було цілком в дусі часу, коли мода освоювала нову естетику з акцентом на гранж та візуалізацію теми катастрофи (рис. бг). Новий сплеск інтересу до історичних каркасних форм можна було спостерігати у дизайні

2010-х років. Колекція Йоджі Ямамото 2011 року побудована на обігранні теми вікторіанських кринолінів (рис. 7а). Перебільшені за своїми розмірами і зламані в кількох місцях криноліни виглядали з-під нерівного поділу спідниць, що створювало ефект романтичної оголеності. Доповнені апокаліптичними зачісками, моделі перетворилися у драматичні символи розбитої мрії і набули потужного сучасного звучання.

Колекція Сари Бертон для бренду Alexander McQueen стала свідченням повернення до жіночності та чуттєвого еротизму. Сукні, структуровані на кшталт епохи Тюдорів, з акцентованою талією і пишними спідницями, були доповнені вуалями бджолярів. Колірна палітра на основі меду та стільниковий мотив у текстурі колекції могли б створити надмірно солодкий образ, якби не парадоксальність форм, у яких дротяний каркас виявився надітим поверх сукні, а його конструкція візуалізувала ідею соціальної дистанції (рис. 7г).

У наступні роки класичний корсет, істотно змінивши своє призначення, перетворився на популярний варіант літнього топу і перестав сприйматися як атрибут білизни і тим більше «зброя тортур». В його конструкцію і технологію були внесені відповідні зміни: зникли жорсткі кісточки, які робили корсет жорстким і дискомфортним у носінні, його забезпечили вставками з лайкри та блискавкою, а головне корсет трансформувався в елемент ансамблю, який не потрібно ховати, а можна демонструвати, підкреслюючи виражені особливості жіночого тіла.

На модних показах 2023 року тема корсетів і особливо кринолінів зазвучала з особливою силою [16–18]. У численних цитатах із костюма минулого можна побачити алузії на різні історичні епохи, досвід нового осмислення жіночності та гендерної проблематики, іронію та символіку (рис. 8).

Актуальним сьогодні бачиться парадоксальне поєднання неприступної

суворості та відвертого сексуального призову, яке дають корсет та кринолін, а також можливість артикулювати жінці свою сексуальну природу у соціально прийнятній формі (рис. 8б). В окремих випадках кринолін бачиться сучасними дизайнерами як знак плодючості або як клітина, що приховує жіночу сексуальність, своєрідна форма жіночого ув'язнення (рис. 8г). У XIX столітті, в часи урбанізації, що зростала, коли небезпечна зустріч з незнайомцями ставала більш імовірною, корсет і кринолін виконували роль свого роду обладунку. Чи не стає в наші дні подібна функція цих елементів одягу знову актуальною? Але головне, що робить привабливими ці традиційні для старої європейської моди елементи костюма, це їхня естетична якість.

Сьогодні радикально змінились уявлень про красу та гармонію в одязі, саме цим пояснюється епатажний, експериментальний характер дизайну костюма, насамперед тієї його частини, яку називають концептуальною модою. Дизайнери-інтелектуали з інтересом досліджують структуру форми виробу, співвідносять її в нових варіаціях з матеріалами та призначенням конкретних костюмних ансамблів. Звідси походить особливий скульптурний ефект моделей, які продемонстрували Джонатан Андерсон, Крістіан Коуен, Марія Грація Кьюрі, Демна Гвасалія. Відмітимо також, що останніми роками відбулося остаточне становлення теорії моди як міждисциплінарної галузі знань. Вона істотно змінила мову, що коментує моду, і аналізуючи історичні форми корсета та криноліну, ми маємо можливість використовувати історичний, дизайнерський та семіотичні підходи. Це дозволяє всебічно оцінити роль каркасних елементів у моді різних історичних епох, зрозуміти причини їхньої актуалізації в сучасному дизайні костюма та адаптувати результати досліджень до завдань підготовки молодого покоління дизайнерів.

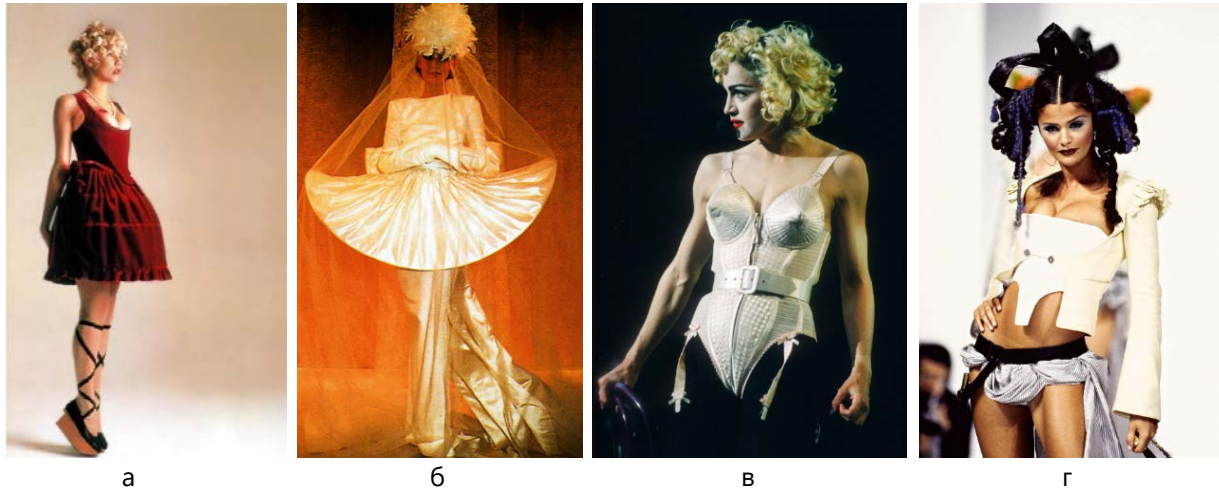


Рис.6. Корсети та криноліни в дизайні 1980-1990-х років: а – В. Вествуд, 1985 [10]; б – П. Карден, 1987 [11]; в – Ж.-П. Готьє 1990 [12]; г – Д. Гальяно, 1993 [16]



Рис. 7. Корсети та криноліни в дизайні 2000-х років: а – Й. Ямамото, 2011 [14]; б - Д. Дікон, 2010 [5]; в - Ж.-П. Готьє, 2010 [5]; О. Маккуїн, 2013 [18];



Рис. 8. Корсети та криноліни в колекціях 2023 р.: а – Д. Андерсон (бренд «Loewe») [19]; б – К. Коуен (бренд «Christian Cowan») [17]; в – М.-Г. Кюрі (бренд «Christian Dior») [20]; г – Д. Гвасалія (бренд «Cristobal Balenciaga») [21]

Висновки. В статті представлено результати систематизації інформації про історію таких елементів європейського традиційного костюма як корсети та криноліни. Обґрунтована увага сучасних дизайнерів до теми відтворення корсетів та кринолінів з огляду на основні категорії дизайну: образ, функція, морфологія, технологія та естетична цінність. Дослідження проведено в контексті проблем підготовки дизайнерів одягу на кафедрі мистецтва та дизайну костюма в Київському

національному університеті технологій та дизайну, висвітлений досвід реконструкції історичних форм одягу, зокрема корсетів та кринолінів XVI–XIX століть. Особливою частиною дослідження є аналіз актуалізації каркасних форм одягу в моді кінця XX – початку XXI століть, представлено опис окремих колекцій В. Вествуд, Д. Гальяно, Ж.-П. Готьє, О. Маккуїна, Й. Ямамото. Представлено результати огляду модних показів 2023 року в контексті теми дослідження.

Література:

1. Steele V. *The Corset: A Cultural History* by Valerie Steele. Published by Yale University Press, 2003. 208 p.
2. Salen J. *Corsets: Historical Patterns and Techniques*. Batsford, 2008. 129p.
3. Sparks L. *The basic of corset buildings: a handbook for beginners* by Linda Sparks. California: Griffin Publishing, 2008. 84p.
4. Durfee S. J. *A Modern Construction of a Corset and a Short Look at Historical and Social Aspects*. Western Oregon University, 2011. 134 p.
5. Terry-Ankobil J. *A Brief History of the Corset*. *Laidiecloth: веб-сайт*. URL: <https://www.laidiecloth.com/post/a-brief-history-of-the-corset> (дата звернення: 18.09.2023).
6. Грищенко І. М., Кокоріна Г. В., Ніколаєва Т. В. Історія створення та науково-методична роль колекції історичного костюма «Костюмотека». *Art and Design*. 2018. №4. С. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.4.1> (дата звернення: 18.09.2023).
7. Водолазська Є. О., Трачук Д. В., Кокоріна Г. В., Давиденко І. В. Музей костюма як навчальний простір. *Іноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: матеріали I Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених* (м. Київ, 17 листопада 2020 р.). Київ: КНУТД, 2020. С. 59–65. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17432> (дата звернення: 18.09.2023).
8. Fields J. 'Fighting the Corsetless Evil': Shaping Corsets and Culture, 1900–1930. *Journal of Social History*. 1999. Vol. 33. No. 2. P. 355–384. URL: <https://www.jstor.org/stable/3789627> (дата звернення: 18.09.2023).
9. May B., Pellerin D. *Crinoline: Fashion's Most Magnificent Disaster* Hardcover. London Stereoscopic Company, 2016. 226 p.
10. Zauli A. La storia dei corsetti di Vivienne Westwood dal 1987 a oggi. *ELLE: веб-сайт*. URL: <https://www.elle.com/it/moda/ultime-notizie/a43817640/storia-moda-corsetto-vivienne-westwood/> (дата звернення: 18.09.2023).
11. Pike N. Revisit The Late Pierre Cardin's Remarkable Life In Pictures. *British Vogue: веб-сайт*. URL: <https://www.voguehk.com/en/article/fashion/revisit-cardins-life-in-pictures/> (дата звернення: 04.01.2021).
12. Brasil L. Madonna: her Jean Paul Gaultier corset can now be rented. *L'Officiel Ibiza: веб-сайт*. URL: <https://www.lofficielibiza.com/fashion/madonna-corset-iconic-of-the-star-now-can-be-rental> (дата звернення: 18.09.2023).
13. Glasscock J. Eighteenth-Century Silhouette and Support. *Timeline of Art History: веб-сайт*. URL: http://www.metmuseum.org/toah/hd/18sil/hd_18sil.htm (дата звернення: 22.09.2023).
14. Glasscock J. Nineteenth-Century Silhouette and Support. *Timeline of Art History: веб-сайт*. URL: http://www.metmuseum.org/toah/hd/19sil/hd_19sil.htm (дата звернення: 22.09.2023).
15. Bastardes Mestre T., Ventosa Munoz S. *Dressing the body. Silhouettes and fashion 1550–2015*. Barcelona: Design Museum, 2003. 170 p.
16. John Galliano Spring 1993 Ready-to-Wear Fashion Show. *Vogue: веб-сайт*. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1993-ready-to-wear/john-galliano/slideshow/collection#1> (дата звернення: 18.09.2023).
17. Yohji Yamamoto and the Crinoline. *Fashion is My Muse: веб-сайт*. URL: <http://fashionismymuse.com>

blogspot.com/2011/03/yohji-yamamoto-and-crinoline.html (дата звернення: 18.09.2023).

18. Blanks T. Alexander McQueen Spring 2013 Ready-to-Wear Collection. Vogue: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-ready-to-wear/alexander-mcqueen> (дата звернення: 18.09.2023).

19. Couture Corsets Grace the Fall 2023 Runways. WWD: веб-сайт. URL: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-trends/couture-corsets-chanel-viktor-rolf-jean-paul-gaultier-thom-browne-mohammed-ashi-1235740847/> (дата звернення: 18.09.2023).

20. Corsets, Crinolines and the French Court: Dior's Intricate Understructures Pay Homage To A 16th Century Queen. Grazia: веб-сайт. URL: <https://graziomagazine.com/articles/corsets-crinolines-and-the-french-court-diors-intricate-understructures-pay-homage-to-a-16th-century-queen/> (дата звернення: 18.09.2023).

21. Montgomery J. Why 2023 Will Be The Year We Re-Embrace The Waist. British Vogue: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/return-of-the-waist> (дата звернення: 18.09.2023).

References:

1. Steele, V. (2003). The Corset: A Cultural History by Valerie Steele. Published by Yale University Press [in English].

2. Salen, J. (2008). Corsets: Historical Patterns and Techniques. Batsford [in English].

3. Sparks, L. (2008). The basic of corset buildings: a handbook for beginners by Linda Sparks. California: Griffin Publishing [in English].

4. Durfee, S. J. (2011). A Modern Construction of a Corset and a Short Look at Historical and Social Aspects. Western Oregon University [in English].

5. Terry-Ankobil, J. A Brief History of the Corset. Laidiecloth: веб-сайт. URL: <https://www.laidiecloth.com/post/a-brief-history-of-the-corset> (Last accessed: 18.09.2023) [in English].

6. Gryshchenko, I. M., Kokorina, G. V., Nikolaieva, T. V. (2018). Istorii stvorennia ta naukovo-metodychna rol koleksii istorychnoho kostiuma «Kostiumoteka» [The history of creation and the scientific and methodological role of the collection of the historical costume «Kostiumoteka»]. *Art and Design*, 4 (04), 9–18. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.4.1> [in Ukrainian].

7. Vodolazska, Ye. O., Trachuk, D. V., Kokorina, H. V., Davydenko, I. V. (2020). Muzei kostiuma yak navchalnyi prostir [Costume Museum as an

educational space]. *Innovatyka v osviti, nautsi ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti: materialy I Vseukrainskoi konferentsii здобувачів вищої освіти і молодих учених – Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the 1st All-Ukrainian conference of higher education applicants and young scientists (November 17, 2020)*. P. 59–65. Kyiv: KNUVD. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17432> (Last accessed: 18.09.2023) [in Ukrainian].

8. Fields, J. (1999). "Fighting the Corsetless Evil": Shaping Corsets and Culture, 1900–1930. *Journal of Social History*, 33(2), 355–384. URL: <http://www.jstor.org/stable/3789627> (Last accessed: 18.09.2023) [in English].

9. May, B., Pellerin, D. (2016). Crinoline: Fashion's Most Magnificent Disaster Hardcover. London Stereoscopic Company [in English].

10. Zauli, A. La storia dei corsetti di Vivienne Westwood dal 1987 a oggi. *ELLE: веб-сайт*. URL: <https://www.elle.com/it/moda/ultime-notizie/a43817640/storia-moda-corsetto-vivienne-westwood/> (Last accessed: 18.09.2023) [in English].

11. Pike, N. Revisit The Late Pierre Cardin's Remarkable Life In Pictures. *British Vogue: веб-сайт*. URL: <https://www.voguehk.com/en/article/fashion/revisit-cardins-life-in-pictures/> (Last accessed: 04.01.2021) [in English].

12. Brasil, L. Madonna: her Jean Paul Gaultier corset can now be rented. *L'Officiel Ibiza: веб-сайт*. URL: <https://www.lofficielibiza.com/fashion/madonna-corset-iconic-of-the-star-now-can-be-rental> (Last accessed: 18.09.2023) [in English].

13. Glasscock, J. Eighteenth-Century Silhouette and Support. *Timeline of Art History: веб-сайт*. URL: http://www.metmuseum.org/toah/hd/18sil/hd_18sil.htm (Last accessed: 22.09.2023) [in English].

14. Glasscock, J. Nineteenth-Century Silhouette and Support. *Timeline of Art History: веб-сайт*. URL: http://www.metmuseum.org/toah/hd/19sil/hd_19sil.htm (Last accessed: 22.09.2023) [in English].

15. Bastardes Mestre, T., Ventosa, Munoz S. (2015). Dressing the body. Silhouettes and fashion 1550–2015. Barcelona: Design Museum [in English].

16. John Galliano Spring 1993 Ready-to-Wear Fashion Show. Vogue: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1993-ready-to-wear/john-galliano/slideshow/collection#1> (Last accessed: 18.09.2023) [in English].

17. Yohji Yamamoto and the Crinoline. *Fashion is My Muse*: веб-сайт. URL: <http://fashionismymuse.blogspot.com/2011/03/yohji-yamamoto-and-crinoline.html> (Last accessed:18.09.2023) [in English].

18. Blanks, T. Alexander McQueen Spring 2013 Ready-to-Wear Collection. *Vogue*: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-ready-to-wear/alexander-mcqueen> (Last accessed:18.09.2023) [in English].

19. Couture Corsets Grace the Fall 2023 Runways. *WWD*: веб-сайт. URL: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-trends/couture-corsets-chanel-viktor-rolf-jean-paul-gaultier-thom-browne-mohammed-ashi-1235740847/> (Last accessed:18.09.2023) [in English].

20. Corsets, Crinolines and the French Court: Dior's Intricate Understructures Pay Homage To A 16th Century Queen. *Grazia*: веб-сайт. URL: <https://graziomagazine.com/articles/corsets-crinolines-and-the-french-court-diors-intricate-understructures-pay-homage-to-a-16th-century-queen/> (Last accessed:18.09.2023) [in English].

21. Montgomery, J. Why 2023 Will Be The Year We Re-Embrace The Waist. *British Vogue*: веб-сайт. URL: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/return-of-the-waist> (Last accessed:18.09.2023) [in English].

KOKORINA H. V., DAVIDENKO I. V., CHUBOTINA I. M., GERASYMENKO O. D.

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

FORMATION IN CLOTHING DESIGN: HISTORICAL RECONSTRUCTION AND MODERN COMPOSITION SOLUTIONS OF CORSETS AND CRINOLINES

The purpose of the article is to present the results of scientific and practical work on the reconstruction of historical forms of corsets and crinolines, which is conducted at the department of art and costume design of KNUVD, as well as to substantiate the relevance of frame products in modern clothing design.

Methodology. The work is based on methods of systematization of visual sources from the history of fashion, as well as methods of historical-chronological and comparative analysis. In the course of experimental research, methods of practical reconstruction of historical clothing, means of projection of a three-dimensional shape on a plane and the method of approximation were used

Results. The evolution of the development of frame forms of clothing in the European fashion of the 16th-19th centuries, the functional and aesthetic significance of corsets and crinolines at different stages of the history of the costume are analyzed. The experience of reproducing samples of historical clothing at the department of art and costume design of KNUVD is described, the significance of such an approach for the professional training of clothing designers is analyzed. The article also presents an overview of the use of the theme of corsets and crinolines in the work of prominent designers of the late 20th and early 21st centuries, and substantiates the actualization of this theme in the collections of 2023. The article is illustrated with original photographs from the department's archive, most of which are being published for the first time.

Scientific novelty. The scientific novelty of the work consists in the scientific generalization of the results of the practical reconstruction of the frame forms of historical clothing in the context of the actualization of corsets and crinolines in modern costume design.

The practical significance of the study is related to the adaptation of the approximation method to the tasks of analyzing the geometric form of the historical costume of the XVI–XIX centuries, taking into account the evolution of the frame elements of clothing. Practical work on the reconstruction of clothes can be involved in the process of designing new modern collections.

Keywords: corset; crinoline; reconstruction; fashion; clothing design.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Кокоріна Галина Василівна, канд. техн. наук, доцентка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0002-6355-900X, **e-mail:** davidenko.iv@knutd.edu.ua

Давиденко Ірина Володимирівна, доцентка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0002-6355-900X, **e-mail:** davidenko.iv@knutd.edu.ua

Чуботіна Ірина Михайлівна, д-рка філософії, ст. викладачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-8436-0086, **e-mail:** iri-s83@outlook.com

Герасименко Олена Дмитрівна, д-рка філософії, доцентка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0001-8566-7215, Scopus 57474366800, **e-mail:** gerasymenko.od@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Кокоріна Г. В., Давиденко І.В., Чуботіна І. М., Герасименко О.Д. Формоутворення в дизайні одягу: історична реконструкція та сучасні композиційні рішення корсетів та кринолінів. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 130–141.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.11>

Citation APA: Кокоріна Г. В., Давиденко І.В., Чуботіна І. М., Герасименко О.Д. (2023) Формоутворення в дизайні одягу: історична реконструкція та сучасні композиційні рішення корсетів та кринолінів. *Art and design*. 3(23). 130–141.

УДК 739.2

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.12.

ПРИХОДЬКО-КОНОНЕНКО І. О., ПОЛЕВСЬКА Є. В.,
ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО Л. М.*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна***СТИЛІСТИКА CONTEMPORARY JEWELRY
ЯК ТВОРЧЕ ДЖЕРЕЛО**

Мета: дослідити характерні риси виробів українських ювелірів стилістики *contemporary jewelry*; виявити особливості еволюції стилю та тенденції його розвитку для застосування у створенні сучасних авторських колекцій ювелірних прикрас.

Методологія дослідження включає в себе літературний огляд, аналітичне дослідження, інтерпретацію та систематизацію отриманих результатів; під час роботи з візуальними матеріалами було використано наочно-аналітичний метод, метод формального, функціонального, семіотичного аналізу. Використано асоціативні та комбінаторні методи проектування при створенні стильової колекції *contemporary jewelry*.

Результати дослідження дозволили виявити особливості роботи дизайнерів ювелірних прикрас стилістики *contemporary*, а також фактори, що визначають функціонально-вартісні характеристики прикрас стилю *contemporary jewelry*. Визначено, що внаслідок певних трансформацій творчого джерела можна впливати на сучасну моду цього дизайн-сегменту, надавати нового змістовного навантаження та естетичної привабливості ювелірним виробам сьогодення.

Наукова новизна Проведено аналіз проєктів з метою визначення концептуальних напрямків при дослідженні стилю *contemporary jewelry*; наведено підходи до узагальнення і типологізації дизайнерських рішень, систематизації нових трендів та тенденцій розвитку креативних рішень у ювелірному мистецтві як вишуканому об'єкті дизайн-діяльності на основі актуальних творчих джерел.

Практична значущість полягає у дослідженні можливостей використання сучасних проектних практик ювелірних виробів для адресного виготовлення в умовах індивідуальних брендів, а також створення ескізних пропозицій стильового вирішення *contemporary jewelry* для подальшого проектування сучасного жіночого ювелірного асортименту згідно модних тенденцій та технологій їх розвитку.

Ключові слова: дизайн; ювелірне мистецтво; стилістика *contemporary jewelry*; сучасні жіночі прикраси; ювелірний гарнітур.

Вступ. Кінець XIX століття, історично визначений періодом промислової революції, надав змогу промисловому зародженню та розвитку підприємств різних галузей; протягом XX століття поступово змінюються акценти – мода набирає обертів; початок XXI століття впевнено диктує зміну стилістики образів завдяки розвитку проектних концепцій стильового формоутворення в дизайн-діяльності. З'явилися нові матеріали і технології, які вимусили мистців переглянути підходи у творчості, що повністю змінило сферу дизайну, удосконалило проектні процеси та технології виготовлення використаним сучасного, зручного обладнання.

Окремим сегментом дизайн-діяльності є ювелірне мистецтво, яке протягом тисячолітньої історії продовжує залишатися витонченим, вишуканим, затребуваним. Творці сучасних ювелірних виробів вирішили відмежуватися від умовностей типової майстерності та декоративних орнаментів. Ювелірні прикраси почали наповнюватися сенсом та змістом та поступово набули тяжіння до ознак скульптурної пластики за рахунок використання схожих прийомів, матеріалів та художніх засобів тощо. Основними відмінностями між ювелірним мистецтвом та скульптурою залишалися масштаб і той факт,

що, скульптура завжди належала до поняття вищого мистецтва, а художні прикраси зазвичай вважалися індикатором суспільного прошарку [14].

Contemporary jewelry – це прогресивний мистецький рух, що є презентацією культури та настроїв сучасного суспільства. Ювелірні вироби у стилістиці *contemporary* активно просуваються на міжнародних світових виставках та тижнях моди. Вироби виготовлені у цьому стилі значно відрізняються та виокремлюються серед інших. У *contemporary jewelry* головними виступають ідея та задум автора. Зазвичай виріб несе у собі важливий суспільний меседж, як наприклад, екологія, політика, гендерна рівність.

Аналіз попередніх досліджень полягає у дослідженні стилістики *contemporary* та відображенні означеного напрямку у ювелірному мистецтві. Через активний розвиток цього стилю, рекламу на професійних виставках та у соціальних мережах, він стає популярним серед інфлюенсерів та поціновувачів сучасного ювелірного мистецтва. Але дана тема ще мало розкрита сучасними авторами та науковцями.

Наразі в Україні одна з небагатьох, хто сьогодні досліджує стилістику *contemporary jewelry* – це Ірина Удовіченко, старший науковий співробітник Скарбниці Національного музею історії України та куратор сучасного ювелірного мистецтва. В своїх наукових публікаціях авторка аналізує

специфіку та особливість стилістики *contemporary jewelry* на прикладах розробок українських ювелірів [12].


В останні часи сучасні ювеліри всієї всесвітньої спільноти і, безпосередньо України, звертаються до важливих соціальних тем у своїх розробках [11]. Тема екології та турботи про довкілля червоною лінією проходить, практично, у всіх останніх роботах. Це підкреслюється формою, фактурою, кольором, матеріалами, які доповнюють основну ідею прикрас своїм дбайливим та обґрунтованим вибором.

У стилістиці *contemporary* працюють такі сучасні українські ювеліри, як Станіслав Дрокін [10], Денис Музика [6], Олена Ястреб [7], Тетяна Калюжна [13], Вадим Логвиненко [5], Сергій Жернов [4], Катерина Самокіш [3], Сана Жевська [8], Сергій Граневич [9] та інші. В останніх роботах майстрів можна побачити відображення дійсності, що відбувається зараз в Україні, а саме – війна! У кожній роботі відображається біль українського народу, яку ювелір пропускає через себе у виріб, який несе у собі не стільки естетику, скільки соціальний, світовий меседж.







Нами проаналізовано роботи деяких українських дизайнерів-ювелірів, що працюють в означеному стилі. Оскільки незважаючи на роботу над створенням прикрас в однаковій стилістиці, підхід до проектування, особливості роботи та характерні риси в кожного автора індивідуальні (табл. 1) [15].

Таблиця 1

Дослідження ювелірних прикрас стилістики *contemporary*: український сегмент

№ п/п	Дизайнер/бренд	Особливості виробів	Матеріали	Фото
1	2	3	4	5
1	Станіслав Дрокін <i>Stanislav Drokin Jewellery</i> [10]	Дизайнер експериментує із пошуком нових форм і колірних поєднань дорогоцінних каменів. Нова робота дизайнера на тему війни в Україні зберігає пам'ять про події кожного дня.	Срібло, титан, бронза, уламки військових снарядів	

Продовження таблиця 1

1	2	3	4	5
2	Денис Музика <i>Denis Music Jewellery</i> [6]	Зазвичай дизайнер працює із золотом та сріблом, але фарбує його. Характерні лаконічні конструкції та чіткі геометричні форми. Перевагу дизайнер віддає натуральним фактурам.	Срібло, метал, нитки, жерстяні банки, пластик	
3	Лена Ястреб <i>Yastreba Jewellery</i> [7]	Дизайнер працює за індивідуальним замовленням, що дозволяє йому створити ідеальну унікальну прикрасу для кожного клієнта.	Срібло, мінеральне каміння	
4	Тетяна Калюжна <i>Ювелірний Театр Тетяни Калюжної</i> [13]	Кожна робота дизайнера містить у собі класичні техніки, модерні форми та природні мотиви. Експериментує з нестандартним використанням звичайних ювелірних матеріалів і кінетичними компонентами.	Срібло, золото, каміння, кожура мандарину, скло	
5	Вадим Логвиненко <i>LOGVIN jewelry</i> [5]	Бренд прикрас чистих форм та таємничих сенсів. Кожна колекція Вадима розповідає історію або відображає власні інсайти. Робота під назвою «Схід», щодо незламності українського народу в умовах війни.	Срібло, золото	
6	Сергій Жернов <i>ZHERNOV Artifactory</i> [4]	Основним натхненням художника є створення унікальних творів. Митець здебільшого працює із колекційними знахідками, необробленим камінням та металом. Тож кожна із прикрас ексклюзивна та має лімітований тираж.	Природні кристали, скам'янілості, археологічні знахідки та старовинні предмети	
7	Катерина Самокиш <i>SAMOKISH</i> [3]	Стиль SAMOKISH впізнається завдяки поєднанню краси натурального каміння та ланцюжків з антиалергенним безнікелевим покриттям.	Срібло, натуральне каміння, перли	

Постановка завдання. Споживацький сегмент ювелірних виробів в стилістиці *contemporary* головним чином формують люди, що зацікавлені модою, є відомими інфлюенсерами в цій сфері. Це можуть бути дизайнери, моделі, *fashion*-журналісти, блогери, артисти, художники тощо. Але це також може бути і не пов'язана з модою особа, яка не боїться виразити свою точку зору, показати себе через ювелірну прикрасу, виділитися, довести свою індивідуальність та унікальність. Здебільшого це молодь від 18 до 28 років, яка готова до викликів та експериментів (рис. 1, а), проте на світових *Fashion Week* все частіше можна побачити цікаві і нестандартні образи з ювелірними прикрасами людей середньої та старшої вікових груп (рис. 1, б).

Занепокоєння з приводу зростаючого та руйнівного втручання людини в навколишнє середовище змінили парадигми розробки продуктів. Такі аспекти, як дефіцит природних ресурсів, збільшення споживання та збільшення забруднення навколишнього середовища є проблемами, які також впливають на ювелірну промисловість. Можливість розробки екологічно чистих ювелірних виробів – це використання різних матеріалів, відмінних від традиційних (дорогоцінні, природні метали, коштовне каміння) у його виробництві, включаючи широкий спектр твердих промислових відходів та рециклінгу (повторно перероблених) матеріалів. Так, Жуан Гомес Фільо створив класифікацію нетрадиційних матеріалів, що використовуються в стилістиці *contemporary*:

- натуральні: матеріали мінерального, рослинного та тваринного походження в сирому вигляді;

- натуральні оброблені: натуральні матеріали, які змінюються в процесі виробництва;

- природні полімери: природні матеріали, такі як роги і кератин;

- синтетичні полімери: штучні матеріали синтетичного органічного походження, наприклад пластик;

- композитні матеріали: вони складаються з двох або більше матеріалів, щоб максимізувати їх властивості, скляні волокна.

Нетрадиційними матеріалами, які сьогодні найчастіше використовуються в ювелірній справі, є: дерево, кістка, пір'я, пластик, акрил, цемент, скло, папір, текстиль та електронні компоненти (рис. 2)

Ювелірні прикраси в стилі *contemporary jewelry* можуть мати високу вартість незважаючи на вартість вихідних матеріалів. Зазвичай це залежить від низки певних факторів:

- унікальність та художня цінність – багато прикрас у стилі *contemporary* є унікальними художніми творами, створеними досвідченими дизайнерами та майстрами. Ці прикраси представляють високу художню цінність та втілюють сучасні штучні концепції, що формує їх цінність в мистецькому аспекті;

- трудомісткість – навіть якщо прикраса не містить дорогоцінних матеріалів, процес її створення може бути дуже трудомістким. Використання складних технік та інноваційних матеріалів може вимагати майстерності, спеціалізованих навичок та обладнання;

- інноваційність матеріалів – у стилі *contemporary* дизайнери часто експериментують з новими матеріалами, такими як полімери, метали з покриттям, скло, каміння тощо. Деякі з цих матеріалів можуть бути коштовними, особливо якщо вони використовуються в унікальних і складних комбінаціях;

- лімітованість та індивідуальність – більшість дизайнерів воліють випускати прикраси в обмежених кількостях або навіть на замовлення, щоб підкреслити їх унікальність та індивідуальність, що безумовно збільшує вартість роботи;

- бренд та репутація – прикраси від відомих дизайнерів або брендів можуть

коштувати дорожче через їхню репутацію у світі моди та ювелірного мистецтва;

- додаткові елементи – часто прикраси в стилі *contemporary* вміщують в собі

додаткові композиційно обґрунтовані та змістовно ємні елементи, такі як інкрустація, гравіювання, ручний розпис тощо.



а

б

Рис. 1. Приклад потенційного споживача даних прикрас: а – молодшої вікової групи; б – старшої вікової групи



Рис. 2. Приклади нетрадиційних матеріалів в сучасному ювелірному мистецтві



Рис. 3. Світові зірки, що підтримали Україну

У процесі виготовлення прикрас в стилі *contemporary* саме автор є незмінним творцем на всіх етапах – від формування концепту до завершення готового виробу. Весь процес проводиться шляхом опанування форм, матеріалів і технік, що вимагають творчості, терпіння та навичок. Більшість прикрас не вважаються комерційними виробами, вони є творами мистецтва, що виражають точку зору автора. Прикраси в стилістиці *contemporary* є своєрідним звільненням митця від «гніту дорожності» та «святковості», дозволом на зміщення фокусу із вартості сировини на вартість та глибину ідеї, що естетично висловлена на мистецькому рівні.

Результати дослідження та їх обговорення. Передумовою для розробки нових дизайнерських об'єктів є формування їх первинної концепції, що передбачає осмислення гармонійного співіснування дизайнерського задуму, ознак творчого джерела для його створення та художнього образу потенційного споживача продукції. Концепцією проектною розробки авторського комплексу ювелірних прикрас є війна в Україні, що розпочалася 24 лютого 2022 року. Основним меседжем, з одного боку, виступає привертання уваги до існуючої проблеми, що створює неабиякий тиск на сьогоденне життя українського суспільства. А з іншого – це меседж підтримки стійкості та незламності у прагненні до свободи, впевненості та безпеки (рис. 3). Таким чином, розробка комплексу ювелірних виробів під авторською назвою «FREEDOM» є символічним значенням сили, свободи, і патріотизму. Метою проектування нових форм ювелірних виробів є створення художнього образу людини у костюмі з доповненням ювелірними виробами, який би відповідав естетичній гармонійності та функціональній доцільності. В результаті проведення передпроектних досліджень виокремлено образ потенційного споживачького сегменту – це незалежна,

сильна за характером жінка, що готова до експериментів, цікавих та нестандартних рішень у формуванні свого зовнішнього вигляду. Костюм та аксесуари мають для неї та оточуючих комунікативне та особливе значення, вказуючи на певний меседж, який хоче донести до оточуючих їх володарка. Так як проєктовані аксесуари не є очевидними та кричущими, оцінити їх повною мірою можна лише при детальному близькому розгляді. За результатами формування дизайн-концепції розроблено творчий колаж образу споживача (рис. 4).

У представленій роботі джерелом натхнення обрано предмети та образи, що символізують наслідки війни в Україні. Це пошкоджені будівлі, уламки снарядів, палаюча військова техніка, літаки, автівки, а головне – образи людських страждань під час війни, прагнення миру та перемоги. Все це передає настрій колекції, її можливі матеріали та форми. Отже, розвиток творчої ідеї базується на акцентуванні уваги в комплекті саме на матеріал та незвичну форму кожного ART-об'єкту (рис. 5).

Трансформація творчого джерела полягає в поступовому змінненні (трансформуванні), отриманих з різних сторін характеристик його форм до асоціативно наближених виробів гарнітуру ювелірних виробів. При розробці композиції художньої системи об'єкту дизайну використовуються такі методи як: стилізація, інтерпретація, інспірація [2].

Творчим джерелом для проєктованого комплексу ювелірних виробів було обрано звичайну кулю, що виконана у вигляді опереної стріли. Об'єкт відповідає тематиці майбутньої колекції, адже є одним з прямих символів військових дій. Для подальшої стилізації обраного творчого джерела в модель-образ необхідно структурувати його основні зовнішні характеристики: розмір – невеликий, в середньому – 3 см; колір – сріблястий або бронзовий; матеріал – метал; форма – овальна, витягнута, загострена на кінці; фактура – гладка.



Рис. 4. Творчий колаж образу споживача



Рис. 5. Колаж творчої ідеї гарнітуру

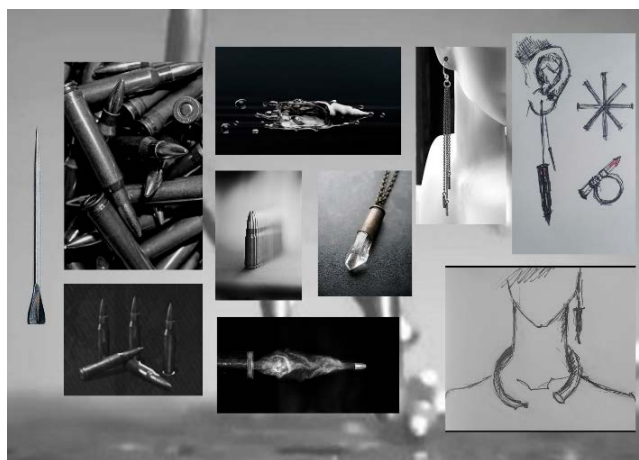


Рис. 6. Структурний аналіз творчого джерела та його трансформація у модель-образ



Рис. 7, а. Творчий пошук та фор-ескізи моделей комплекту ювелірних виробів



Рис. 7, б. Ескізни пропозиції моделей ювелірних виробів



Рис. 8. Уламок військового снаряду

В результаті аналізу, обраний об'єкт було трансформовано в модель-образ, з такою структурою: колір – темно-сріблястий, форма об'єкту змінюється, перетворюючись на більш витягнуту та пластичну; за фактурою модель проектування буде більш грубою в контексті уявлення меседжу, що в часи війни, яка й досі триває, не може бути в житті людей «все гладко» та витончено. Аналіз творчого джерела дозволив виявити його характерні ознаки, що надало можливість створення колажу з подальшою структурною трансформацією проектних моделей колекції (рис. 6). Послідовний ряд подальших ескізних зарисовок на основі первинного джерела поступово наближається до створення форм майбутньої колекції прикрас в стилі *contemporary jewelry*; ескізні зарисовки моделей жіночого комплексу представлено на рисунку 7, а.

Відомо, що сукупність елементів та спосіб їх поєднання вирішують композицію форми та обумовлюють відчуття гармонії або дисгармонії [1]. Формоутворення будь-якого об'єкту дизайну відбувається на структурному та декоративному рівнях. Структурний рівень відповідає за побудову, розмір форми, її пластику, а декоративний – за її художню виразність: фактуру, колір і декор. Формування емоційного сприйняття форми відбувається на обох рівнях. Розроблені ескізні пропозиції до проєктованого гарнітуру ювелірних виробів надано на рисунку 7, б. Відомо, що недорогочінні метали та їх сплави, недорогочінне каміння, кристали, скло, дерево, кераміка, шерсть та шкіра – ось далеко не повний перелік матеріалів, з яких виготовлялися недорогі прикраси в минулих і нинішньому століттях. Вигадкою нашого часу стала біжутерія, яку за зовнішнім виглядом непросто (якщо не сказати – неможливо) відрізнити від дорогоцінних прикрас. Це стало можливим завдяки технічному прогресу і фантазії дизайнерів та виробників. Відповідно до творчого джерела та посилення відчуття тематики

новоствореної колекції прикрас наведено фото уламків військових снарядів (рис. 8).

Аналіз новітніх матеріалів, що використовуються в ювелірній справі, дозволив обрати для новоствореного гарнітуру сучасний ювелірний сплав, отриманий з'єднанням дорогоцінного металу з іншими, яке використовується для виготовлення елітної біжутерії: нами обрано ювелірний сплав з металу та чорненого срібла 925 проби. Сьогодні вироби з ювелірної сталі та сплавів являють собою цілком самостійний клас прикрас, що має цілу армію відданих шанувальниць.

Новостворений жіночий гарнітур, його окремі елементи у стилі *contemporary jewelry*, цілком відповідають святковому та повсякденному призначенню, доповнюють відповідні образи змістовним навантаженням; є універсальними та декоративними. Окремими дизайн-об'єктами колекції жіночого гарнітуру стали також сережки, обручки, нашійні прикраси – пластрони. На підґрунті творчого джерела та на основі дизайн-концепції запропоновано актуальний асортиментний ряд авторських прикрас відповідно обраної цільової групи споживачів. Проектні пропозиції наведено у вигляді ескізних нарисів та колажів.

Висновки. Дослідження фокусується на розробці жіночого ювелірного гарнітуру у стилістиці *contemporary* з використанням творчого джерела – воєнними подіями та сучасними тенденціями у ювелірному мистецтві. Запропоновано дизайн-концепцію та створено ескізні пропозиції авторської колекції. Звичайна куля, яка виглядає, як оперена стріла, стала прототипом вихідної форми, що відповідає концепції створення колекції жіночих прикрас. Дослідженнями визначено цільову групу споживачів, до якої увійшли жінки, захоплені світом моди, *fashion*-журналісти і блогери, інфлюенсери, дизайнери, моделі модного бізнесу, артисти, художники, мистці – отже, авангардний соціум в цілому.

Розглянуто, проаналізовано та систематизовано сучасні матеріали і технології у проектуванні та виготовленні ювелірних виробів з акцентованою стилістикою *contemporary*; проаналізовано сучасні модні тенденції. Проаналізовано засоби композиційної виразності стилю *contemporary jewelry*, запропоновано ескізи нарисів моделей ювелірного гарнітуру, які створено на основі та з елементами творчого джерела, згідно дизайнерського задуму, відповідно критеріям стилістики. Обрано варіанти композиційно-конструктивного вирішення у формоутворенні сучасного жіночого ювелірного гарнітуру.

Описано творче джерело та дизайн-концепція проєктованої колекції: структурована загальна ідея моделей ескізних пропозицій, які в подальшому перетворено на модель-образ. Графічно зафіксовано представлений колаж одиничних пропозицій та модельного ряду жіночих прикрас відповідно до образу споживача, створено ескізи пропозиції моделей ювелірних прикрас стилю

contemporary; використано асоціативні та комбінаторні методи проєктування. Результатом творчого пошуку стало створення фор-ескізів моделей прикрас; запропоновано матеріали та визначено технологічні особливості виготовлення. Обґрунтовано вибір сучасного ювелірного сплаву металу та чорненого високопробного срібла.

За рахунок універсальності та декоративності елементів, новостворені прикраси відповідають святковому та повсякденному призначенню, доповнюють відповідні образи змістовним навантаженням. Об'єктами проєктування стали сережки, обручка та нашійна прикраса – пластрон. Результатом виконаної роботи є ескізи пропозиції ювелірного гарнітуру в стилістиці *contemporary*, що являє собою концептуальний авторський сучасний ювелірний гарнітур – універсальний у використанні, декоративний у оздобленні, актуальний для обраного цільового споживчого сегменту.

Література:

1. Колосніченко М., Винничук М. Особливості дизайн-проєктування ювелірних виробів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (квітень 2018)*. Київ, 2018. С. 320–323. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10667/1/APSD2018_V1_P320-323.pdf.

2. Колосніченко М., Остапенко Н., Приходько-Кононенко І., Полевська Є., Фролов І. Засоби композиційної виразності при проєктуванні ювелірних виробів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2022 року*. В 2-х т. Т. 1. Київ: КНУТД, 2022. С. 174–177. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20917/1/APSD_2022_V1_P174-177.pdf.

3. Офіційний сайт бренду SAMOKISH. URL: <https://samokish.com/>

4. Офіційний сайт бренду ZHERNOV Artifactory. URL: <https://the-artifactory.com/>

5. Офіційна сторінка Instagram Вадима Логвиненко. URL: <https://www.instagram.com/logvin.jewelry/>

6. Офіційна сторінка Instagram Дениса Музики. URL: <https://www.instagram.com/denis.music.jewellery/>

7. Офіційна сторінка Instagram Лени Ястреб. URL: <https://www.instagram.com/p/CT0LGvntDS5/>

8. Офіційна сторінка Instagram Сана Жевська. URL: <https://www.instagram.com/zhevaska.jewelry/>

9. Офіційна сторінка Instagram Сергія Граневича. URL: <https://www.instagram.com/granevich.jewelry/>

10. Офіційна сторінка Facebook Станіслава Дрокіна. URL: <https://www.facebook.com/stanislavdrokin/>

11. Союз ювелірів України. Офіційна сторінка Facebook. URL: https://www.facebook.com/UnionJewelersUkraine/?locale=ru_RU.

12. Студенти-дизайнери фахового спрямування «Дизайн аксесуарів та ювелірних виробів» в Національному музеї історії України.

URL: <https://www.knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/14092/>

13. Тетяна Калюжна. *Золотий стандарт*. URL: <https://zolotoy-standart.com.ua/ua/manufacturers/tatyana-kalyuzhnaya/>

14. Contemporary Jewelry Takes a Stand. *MODERN MAGAZYN*. URL: <http://modernmag.com/contemporary-jewelry-takes-a-stand/>

15. Приходько-Кононенко І. О., Колосніченко М. В., Пашкевич К. Л., Колосніченко О. В., Полевська Є. В., Корякіна А. А. Аналіз стилістики contemporary на прикладі українських дизайнерів-ювелірів. *Scientific Research and Innovation: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Internet Conference, April 3–4, 2023*. 410 p. 327–330.

References:

1. Kolosnichenko, M., Vynnychuk, M. (2018). Osoblyvosti dyzajn-proektuvannia iuvelirnykh vyrobiv [Features of jewelry design]. *Actual problems of modern design: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii – materials of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 320–323). Kyiv. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10667/1/APSD2018_V1_P320-323.pdf [in Ukrainian].

2. Kolosnichenko, M., Ostapenko, N., Prykhodko-Kononenko, I., Polevska, Ye., Frolov, I. (2022). Zasoby kompozytsiinoi vyravnosti pry proiektuvanni yuvelirnykh vyrobiv [Means of compositional expressiveness in jewelry design]. *Actual problems of modern design: IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia, m. Kyiv, 27 kvitnia 2022 roku – 4th International Scientific and Practical Conference* (pp. 174–177). Kyiv: KNUVD. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20917/1/APSD_2022_V1_P174-177.pdf [in Ukrainian].

3. Ofitsijnyj sajt brendu SAMOKISH [The official website of the SAMOKISH brand]. URL: <https://samokish.com/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

4. Ofitsijnyj sajt brendu ZHERNOV Artifactory [Official website of the ZHERNOV Artifactory brand]. URL: <https://the-artifactory.com/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

5. Ofitsijna storinka Instagram Vadymy Lohvyna [The official Instagram page of Vadym Logvin]. URL: <https://www.instagram.com/logvin.jewelry/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

6. Ofitsijna storinka Instagram Denysa Muzyky [Denys Muzika's official Instagram page]. URL: https://www.instagram.com/denis_music_jewellery/ (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

7. Ofitsijna storinka Instagram Lieny Yastreb [Lena Yastreb's official Instagram page]. URL: <https://www.instagram.com/p/CTOLGvntDS5/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

8. Ofitsijna storinka Instagram Sana Zhevskaja [Sana Zhevskaja's official Instagram page]. URL: https://www.instagram.com/zhevskaja_jewelry/ (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

9. Ofitsijna storinka Instagram Serhija Hranevycha [Serhii Granevich's official Instagram page]. URL: https://www.instagram.com/granevich_jewelry/ (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

10. Ofitsijna storinka Facebook Stanislava Drokina [Stanislav Drokin's official Facebook page]. URL: <https://www.facebook.com/stanislavdrokin/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

11. Soiuz yuveliriv Ukrainy. Ofitsijna storinka Facebook [Union of Jewelers of Ukraine. Official Facebook page]. URL: https://www.facebook.com/UnionJewelersUkraine/?locale=ru_RU (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

12. Studenty-dyzainery fakhovoho spriamuvannia "Dyzain aksesuariv ta yuvelirnykh vyrobiv" v Natsionalnomu muzei istorii Ukrainy [Designer students of the "Design of accessories and jewelry" specialty at the National Museum of the History of Ukraine]. URL: <https://www.knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/14092/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

13. Tetiana Kaliuzhna [Tatyana Kalyuzhna]. *Zoloty standart – The gold standard*. URL: <https://zolotoy-standart.com.ua/ua/manufacturers/tatyana-kalyuzhnaya/> (Last accessed: 18.02.2023) [in Ukrainian].

14. Contemporary Jewelry Takes a Stand (2015). *MODERN MAGAZYN*. URL: <http://modernmag.com/contemporary-jewelry-takes-a-stand/> (Last accessed: 18.02.2023) [in English].

15. Prykhodko-Kononenko, I. O., Kolosnichenko, M. V., Pashkevych, K. L., Kolosnichenko, O. V., Polevska, Ye. V., Koriakina, A. A. (2023). Analiz stylistyky contemporary na prykladi ukrainskykh dyzaineriv-yuveliriv [Analysis of contemporary style on the example of Ukrainian jewelry designers]. *Scientific Research and Innovation: 2nd International Scientific and Practical Internet Conference, April 3–4, 2023* (pp. 327–330) [in Ukrainian].

PRYKHODKO-KONONENKO I. O., POLEVSKA E. V., HANUSHCHAK-EFIMENKO L. M.

Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, Ukraine

STYLE OF CONTEMPORARY JEWELRY AS A CREATIVE SOURCE

Purpose: to investigate the characteristic features of the products of Ukrainian jewelers of the contemporary jewelry style; to reveal the peculiarities of the evolution of style and trends in its development for use in the creation of modern author's collections of jewelry.

The research methodology includes a literature review, analytical research, interpretation and systematization of the obtained results; while working with visual materials, the visual-analytical method, the method of formal, functional, semiotic analysis was used. Associative and combinatorial design methods were used in the creation of a stylish collection of contemporary jewelry.

The results of the research made it possible to identify the peculiarities of the work of contemporary jewelry designers, as well as the factors that determine the functional and cost characteristics of contemporary jewelry. It was determined that as a result of certain transformations of the creative source, it is possible to influence the modern fashion of this design segment, to give a new meaningful load and aesthetic appeal to today's jewelry.

Scientific novelty an analysis of projects was carried out in order to determine conceptual directions in the study of the style of contemporary jewelry; approaches to the generalization and typology of design solutions, the systematization of new trends and trends in the development of creative solutions in jewelry art as an exquisite object of design activity based on current creative sources are presented.

The practical significance lies in the study of the possibilities of using modern design practices of jewelry for targeted manufacturing in the conditions of individual brands, as well as the creation of sketch proposals of contemporary jewelry style solutions for the further design of a modern women's jewelry assortment in accordance with fashion trends and technologies of their development.

Keywords: design; jewelry art; contemporary jewelry style; modern women's jewelry; jewelry set.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Приходько-Кононенко Ірина Олександрівна, канд. техн. наук, доцентка, докторантка кафедри моди та стилю, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7687-9336, **e-mail:** IrinPrioryLD@gmail.com

Полевська Єлизавета Володимирівна, магістерка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-2958-5199, **e-mail:** polevskayelizaveta@gmail.com

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна, д-рка екон. наук, професорка, проректорка з наукової та інноваційної діяльності, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-4458-2984, **e-mail:** hanushchak-yefimenko.lm@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Приходько-Кононенко І. О., Полевська Є. В., Ганущак-Єфіменко Л. М. Стилістика contemporary jewelry як творче джерело. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 142–152.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.12>

Citation APA: Приходько-Кононенко, І. О., Полевська, Є. В., Ганущак-Єфіменко, Л. М. (2023) Стилістика contemporary jewelry як творче джерело. *Art and design*. 3(23). 142–152.

УДК 736.2:7.012

ТАН Ч., ПАШКЕВИЧ К. Л.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.13.

**ВІДРОДЖЕННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК ТА ПРИЙОМІВ
У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ НЕФРИТОВИХ ВИРОБІВ КИТАЮ**

Мета дослідження – проаналізувати відродження традиційних технік і методів у сучасному дизайні нефритових виробів у Китаї, виокремити фактори, що сприяють цьому відродженню, дослідити вплив культурної спадщини на сучасний дизайн нефритових виробів, а також роль сучасних технологій у збереженні та розвитку традиційної майстерності.

Методологія дослідження зумовлена комплексним вивченням тематики та охоплює: методи аналізу, синтезу, індукції, метод структурно-системного аналізу джерел, історичний та компаративний методи. Вторинні дані отримані з огляду літератури, історичних документів та аналізу нефритових артефактів різних періодів.

Результати. Визначено ключові чинники відродження традиційних технік і методів у сучасному нефритовому дизайні, проаналізовано тенденції збереження та популяризації культурної спадщини в контексті сучасного виробництва. Виявлено основні техніки, які використовуються сучасними дизайнерами при створенні нефритових виробів. На прикладі робіт китайських майстрів досліджено спадковість символізму стародавніх нефритових виробів, та їх відображення у сучасному дизайні нефритових виробів Китаю. Прослідковано вплив відродження традиційних технік та мотивів нефритового мистецтва на збереження культурної спадщини, ринкові тенденції та реакцію сучасного китайського суспільства.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному вивченні відродження традиційних технік і методів у сучасному дизайні нефритових виробів у Китаї, вперше розглянуто комплекс історичних, культурних та економічних чинників.

Практична значущість: матеріали статті можна використати в рамках навчального процесу при підготовці фахівців з дизайну та декоративно-прикладного мистецтва та при написанні наукових робіт. Крім того, дослідження формує уявлення про збереження та популяризацію культурної спадщини в контексті сучасного виробництва, слугує прикладом для інших галузей, що прагнуть збалансувати традиційний підхід та інновації.

Ключові слова: дизайн; нефритові вироби; прикраси; ювелірне мистецтво; культура Китаю; предметний дизайн; культурна спадщина; технології виготовлення; історія мистецтва.

Вступ. В останні десятиліття в Китаї спостерігається значне відродження традиційних технік та мотивів у візуальних рішеннях, використаних при створенні нефритових виробів, що переосмислює традиції в контексті сучасного дизайну. Сучасний китайський дизайн використовує свою багату культурну спадщину, поєднуючи інноваційні підходи з класичними мотивами та візерунками. Відродження можна розглядати як відповідь на швидку індустріалізацію та глобалізацію, що характеризували розвиток Китаю в минулому столітті. Оскільки китайські дизайнери та ремісники прагнуть зберегти свою культурну ідентичність і мистецькі традиції, вони звернулися до спадщини

Стародавньої нефритової культури як до джерела натхнення. Досліджуючи історичні тексти, інтерв'ю з дизайнерами та аналізуючи роботи таких художників, як Хонгвей Ма, Гуан Ян, Сі Ян, Тін Ю, Івей Чжай та Ву Дешенг, є важливим виокремити традиційні практики, які були відроджені та адаптовані до вимог сучасної естетики та ринкових тенденцій.

Аналіз попередніх досліджень. Попередні дослідження сучасного китайського нефритового дизайну зосереджувалися переважно на естетичних і культурних аспектах цього виду мистецтва, вивчаючи символіку, мотиви та стилістичні особливості нефритових артефактів. Ці дослідження також розглядають вплив регіональних стилів та

історичних періодів на сучасні вироби, та шукають взаємозв'язки між спадщиною та сучасною індустрією.

Наприклад, робота "Китайський нефрит: Культурна історія" (2007) Ханг Цзянь та Го Цюйхуей досліджує культурне та історичне значення нефриту в Китаї, розглядаючи символіку, мотиви та стилістичні особливості нефритових артефактів різних династій. Ця праця заклала міцний фундамент для аналізу відображення традиційних мотивів та прийомів у сучасному дизайні нефритових виробів [3].

У праці "Про давньокитайське нефритове мистецтво: Палацовий музей нефриту" автор Ян Бода заглиблюється в регіональні стилі та особливості різьблення по нефриту, пропонуючи всебічний огляд розвитку нефритової індустрії протягом стародавньої історії Китаю. Робота Яна відіграла важливу роль у визначенні впливу регіональних стилів та історичних періодів на сучасні вироби з нефриту [10].

Ван Шисян у дослідженні "Китайський нефрит: від неоліту до династії Цин" (1994) вивчав техніки та художні принципи, які використовували різьбярі по нефриту протягом історії, аналізуючи еволюцію майстерності та фактори, що формували цей вид мистецтва [6].

Хоча ці дослідження зробили значний внесок у розуміння естетичних і культурних аспектів нефритового дизайну, відродження традиційних технік і методів у сучасному нефритовому дизайні, особливо в контексті ХХ та ХХІ століть, досліджено недостатньо. Стаття Цянь Чен "Відновлення традиційних ремесел: Випадок промисловості китайського різьблення з нефриту" (2016) торкається ролі державної політики та галузевих ініціатив у просуванні традиційних ремесел [13]. Однак всебічний аналіз чинників, що зумовлюють це відродження, та викликів, з якими стикаються ремісники і дизайнери, все ще відсутній.

Більше того, вплив сучасних технологій на збереження і розвиток традиційного нефритового ремесла не вивчався достатньою

мірою. У статті "Інновації та традиція: Розвиток технік різьблення китайського нефриту у 21 столітті" (2018) Чжан Вей і Ван Сяюй визнають використання передових інструментів і технік у сучасному виробництві нефриту, але не повністю досліджують потенціал технологій для сприяння інтеграції традиційних і сучасних елементів дизайну [8].

Одним із ключових джерел, яке робить значний внесок у дослідження відродження традиційних технік різьблення по нефриту в сучасному Китаї, є стаття Майклсона, Сакса та Ву (2016) під назвою "Відродження різьблення по нефриту в сучасному Китаї", опублікована в журналі "Мистецтво Азії". Аналізуючи історичні, культурні та мистецькі чинники, автори обговорюють відродження інтересу до різьблення по нефриту та його вплив як на мистецьке самовираження, так і на збереження культурної спадщини. Досліджуючи різні аспекти цього явища, Майклсон, Сакс і Ву роблять цінний внесок у розуміння еволюції нефритового ремесла в Китаї. Ця робота слугує фундаментом для дослідження, оскільки дозволяє автору контекстуалізувати сучасний стан різьблення по нефриту в його ширшому історичному та культурному контексті [14].

Це дослідження має на меті заповнити прогалини в літературі, надаючи цілісне розуміння відродження традиційних технік і методів у сучасному дизайні нефриту, вивчаючи фактори, що впливають на актуальну ситуацію, та виклики, з якими стикаються ремісники і дизайнери. Крім того, у дослідженні буде вивчено роль сучасних технологій у розвитку та збереженні традиційного нефритового мистецтва, що пропонує перспективу, яка може бути застосована до інших галузей промисловості та культурних контекстів.

Постановка завдання. Основною метою цієї статті є комплексне дослідження відродження традиційних технік і методологій у сучасному дизайні виробів з нефриту Китаю. При написанні даної роботи автор виокремив наступні завдання: визначити конкретні

техніки, які зараз відроджуються, заглибитися в історичні підвалини цих практик та дослідити фактори, що сприяють їхньому відродженню в сучасному дизайні; виявити елементи, що сприяють цьому відродженню, охоплюючи культурні, економічні та соціальні аспекти. Крім того, автор спробує визначити вплив культурної спадщини Китаю на естетику, символіку та процеси дизайну сучасних нефритових виробів. Важливим аспектом дослідження є оцінка ролі сучасних технологій у збереженні та еволюції традиційних ремесел. Методологічна основа дослідження передбачає комплексний підхід, що включає аналітичну, синтетичну та індуктивну методології у поєднанні зі структурно-системним аналізом релевантних джерел. Очікується, що результати дослідження розкриють ключові особливості сучасного нефритового дизайну, та виокремлять фактори, які сприяють відродженню традиційних технік.

Результати дослідження та їх обговорення. Книга "Китайський нефрит: від неоліту до епохи Цін" (1994) Ван Шісяна залишається ключовим джерелом інформації про стародавній нефрит як для дослідників, так і для дизайнерів [6]. Дослідження Ваном художніх принципів і технік, якими користувалися різьбярі по нефриту протягом історії, надали цінну інформацію для сучасних послідовників, які прагнуть зберегти та запровадити інновації в царині дизайну нефритових виробів. Переосмислюючи традиційні теми та символи, ці митці здатні зберегти зв'язок зі своєю культурною спадщиною, водночас апелюючи до сучасних тенденцій.

Опрацювавши джерело Яна Бода "Нове обличчя нефриту: сучасний погляд на давню традицію" видану 2016 року, виявлено, що сучасний дизайн нефритових виробів продовжує спиратися на багату символіку та мотиви традиційного китайського мистецтва. Бода у своїй роботі висвітлює творчі процеси та мистецьке самовираження сучасних різьбярів по нефриту, демонструючи, як вони використовують та переосмислюють теми і техніки для створення нових унікальних

витворів мистецтва. Дизайнери реінтерпретують класичні мотиви, такі як дракони, фенікси та символи позитивного характеру, у новий спосіб, створюючи дизайни, які резонують із сучасною аудиторією. Переосмислюючи традиційні теми та символи, ці митці здатні зберегти зв'язок зі своєю культурною спадщиною, водночас апелюючи до сучасних смаків і почуттів [11]. Суть аргументації Яна полягає у дослідженні шляхів, якими сучасні митці маневрують на перетині традицій та інновацій. Він стверджує, що хоча практики глибоко вкорінені в традицію, вони також розширюють межі цього виду мистецтва, експериментуючи з новими матеріалами, технологіями та концепціями дизайну.

Сучасні різьбярі нефриту використовують поєднання традиційних технік і сучасних інновацій для створення унікальних виробів. Традиційний процес складається з п'яти етапів: вибір матеріалу, його дослідження, розробка дизайну виробу, різьблення абразивами та полірування. Такий метод ручного різьблення з електроприводом досі широко використовується в Китаї. Етап різьблення є найбільш трудомістким, оскільки результат потребує майстерності. Полірування надає нефриту гладкого, яскравого покриття, хоча художники іноді змінюють ступінь полірування, щоб створити складний мереживний дизайн.

Сучасна різьба по нефриту використовує гравірування з числовим програмним управлінням (ЧПУ), 3D-сканування та автоматичне різьблення. Гравірування з ЧПУ передбачає розробку моделі за допомогою комп'ютерного програмного забезпечення, яка потім вирізається машинкою. Хоча цим методом можна досягти плоского та 3D-різьблення, складні форми та візерунки часто вимагають поєднання ЧПУ та ручного різьблення.

3D-сканування та автоматичне різьблення – це новіший метод, який в основному використовується для відтворення стародавніх нефритових реліквій. Він

передбачає сканування об'єкта для створення 3D-моделі, яка потім вирізається на верстаті з ЧПУ під керівництвом програми. Таке поєднання старих і нових методів обробки каменю дозволяє майстрам досягти недосяжного раніше рівня точності та деталізації, в результаті чого створюються витвори мистецтва, які демонструють весь потенціал дизайну нефритових виробів [7].

На додаток до технологічного прогресу, який активно інтегрований в дизайнерську практику, сучасні майстри нефриту також досліджують використання нетрадиційних матеріалів і технік для створення інноваційних витворів мистецтва. Наприклад, деякі дизайнери експериментують з деревом, металом або склом у нефритових виробках, створюючи унікальні роботи, які кидають виклик традиційним уявленням про культуру нефриту (рис. 1).

З приходом сучасності з'явилося нове покоління різьбярів по нефриту. У 1990-х роках, в той час як китайське сучасне мистецтво вийшло за традиційні межі, нефритові вироби були переважно копіями стародавніх знахідок чи античних мотивів. Молоді майстри шукали нові потенційні напрями розвитку різьблення по нефриту, що дозволило б створити роботи, репрезентативні для сучасної епохи. Вони почали поєднувати стародавні китайські мотиви із західними образами і поступово досліджували нові технології. Такі митці, як Хонгвей Ма, Гуан Ян, Сі Ян, Тін Ю, Івей Чжай, Ву Дешенг та багато інших, розширюють межі традиційного нефритового дизайну, експериментуючи з новими техніками та матеріалами, зберігаючи при цьому міцний зв'язок зі своїм культурним корінням.

Дизайнер Хонгвей Ма є дуже шанованою фігурою у світі сучасного нефритового мистецтва. Його мистецький підхід полягає у поєднанні традиційних технік різьблення по нефриту з інноваційними дизайнерськими концепціями. Ма вміло поєднує давню майстерність із сучасною естетикою, створюючи складні та візуально

вражаючі вироби. Його роботи виставлялися у відомих галереях і музеях по всьому світу, зокрема в Національному музеї Китаю та Британському музеї (рис. 2). Нефритова мініатюра знаменитого бронзового "дзуна" з подвійним бараном династії Шан з колекції Британського музею, виконаний з нефриту провінції Гуансі. Створюючи точну копію знаменитої бронзової фігури, Ма Хонгвей показує, що сучасні майстри продовжують надихаються відтворенням шанованих предметів з минулого, заохочуючи до глибшого розуміння китайської культури.

Ян Гуан є представником декоративно-прикладного мистецтва в провінції Цзянсу і майстром декоративно-прикладного мистецтва Янчжоу. Характерно янчжоуській школі, роботи Ян Гуанга мають спокійні форми виконані у складному матеріалі, що потребує високої майстерності автора. Були визнані та відібрані експертами дослідницького інституту Британського музею. Кадильниця (рис. 3) з об'ємним кільцем з яшми, відібрана у колекцію Британського музею, має круглу і наліту форму, ручка на дотик зручна і гладенька. Поєднання традиційної культури та сучасного промислового дизайну серед багатьох робіт виділяє "кільце кадильниці", обвите навколо ручки виробу.

Сучасний майстер Сі Ян відомий своєю прискіпливою увагою до деталей. Він поєднує традиційні методи різьблення із сучасними технологіями, використовуючи лазерне гравіювання та комп'ютерний дизайн, щоб досягти надзвичайної точності у своїх творіннях. Роботи Яна часто містять складні мотиви, натхненні природою, зображують ніжні квіти, тварин і пейзажі. Його скульптури виставлялися в престижних галереях, таких як Гонконгський музей мистецтв та Музей сучасного мистецтва в Шанхаї. Буддійська різьба з білого нефриту Сі Яна виставлена в Британському музеї (рис. 4). Це ажурний профіль Гуаньїнь у стилі витинанки з паперу ліворуч і об'ємний різьблений лотос праворуч, які разом демонструють буддійську культуру зі східними особливостями. Роботи

Яна, як стародавні китайські нефритові природою та прийняття гармонії між вироби, служать каналом для зв'язку з людиною та навколишнім середовищем.



Рис. 1. Дешенг Ву "Дівчина-змія", робота із серії "Оголена жінка".
Фото: студія різьблення по нефриту Дешенг Ву, 2007, Китай



Рис. 2. Хонгвей Ма "Кубок для вина (Цзюе)" (ліворуч) та "Бронзовий баран Цзун" (праворуч).
Фото: Британський музей, 2016, Китай



Рис. 3. Гуан Ян "Кадильниця". Фото: Британський музей, 2017, Китай

Дизайнер Тін Ю використовує декоративні техніки як засіб для оповіді. Її роботи поєднують елементи традиційної китайської культури та міфології, де нефрит викристаний як візуальний нарративний інструмент. Тін Ю поєднує різьблення, офорт та розпис, щоб наповнити свої скульптури багатим символізмом та історичними посиланнями. Її роботи були представлені на персональних і групових виставках, зокрема в Музеї азійського мистецтва в Сан-Франциско та Музеї Вікторії та Альберта в Лондоні. У свою чергу, Британським музеєм для експонування було відібрано чайник (рис. 5), виконаний у стилі Великих Моголів. Чайник, прикрашений квітами лотоса та переплетеними гілками Меднілли Магніфіка, переосмислює стародавні вироби імперії, що існувала на території сучасної Індії. Завдяки використанню сучасних інструментів, матеріалів та електрообладнання, цей чайник

неймовірно тонкий і більш прозорий, ніж нефрит імперії Великих Моголів. Роботи Ю заохочують глядачів досліджувати значення, закладені в китайському фольклорі та культурній спадщині у візуальних рішеннях дизайнера.

Мистецький підхід митця Івей Чжай прагне відродити давнє нефритове ремесло, використовуючи традиційні техніки, що передаються з покоління в покоління. Підкреслюючи простоту та мінімалізм, зосереджуючись на природній красі нефриту, його вироби демонструють витончені техніки різьблення та полірування. Роботи Чжая були представлені на престижних виставках, зокрема на Пекінській міжнародній художній бієнале та в Музеї образотворчих мистецтв Тайбея. Відданість Чжая збереженню традиційного нефритового ремесла слугує нагадуванням про глибоко вкорінене культурне значення нефриту в історії Китаю.



Рис. 4. Сі Ян, Білий Лотос. Фото: Британський музей, 2016, Китай



Рис. 5. Тін Ю, чайник. Фото: Британський музей, 2011, Китай

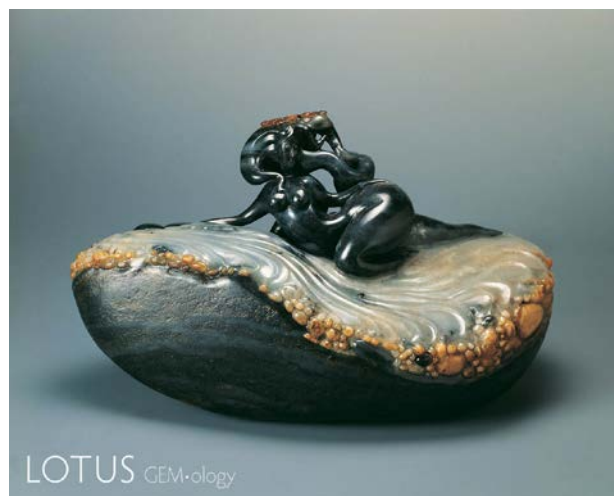


Рис. 6. Ву Дешенг, "Краса на узбережжі". Фото: Чжоу Ліу, 2006, Китай

У сфері сучасного нефритового мистецтва митець Ву Дешенг вирізняється як художник-візіонер, чий унікальний стиль та інноваційні техніки переосмислили сприйняття нефриту як медіума. Ву часто використовує у своїх роботах матеріали, як метали чи дерево, розширюючи межі традиційних технік різьблення по нефриту. Його творіння демонструють поєднання плавних вигинів, складних текстур та візуальних контрастів. Робота "Краса на узбережжі" (рис. 6) виконана з хетіанського нефриту, що походить з Сіньцзяну, Китай, демонструє здатність майстра використовувати притаманну нефриту текстуру та кольорові варіації для створення цілісного витвору. Вироби з хетіанського нефриту глибоко вкорінені в культурі та пропонують багату історичну та культурну спадщину. Прикраси, виконані в цьому матеріалі, мають унікальне символічне значення в традиційній культурі Китаю. З розвитком сучасного нефритового мистецтва різьблення по хетіанському нефриту увібрало в себе більш сучасну естетику та продемонструвало величезний потенціал в художньої творчості майстрів Китаю.

Виявлено, що дизайнери поєднують старовинні техніки різьблення з сучасними технологіями обробки нефриту, традиційні для нефритового мистецтва мотиви та сучасні рішення, для створення адаптованих до сучасного контексту, ексклюзивних виробів, що наслідують візуально нефритовий спадок стародавнього Китаю.

Відродження традиційних технік і прийомів у сучасному китайському нефритовому дизайні є багатогранним явищем, зумовленим низкою факторів, зокрема збереженням культури, ринковим попитом і мистецькими інноваціями. Сучасні практики в традиційному дизайні нефриту відображають динамічне поєднання старого і нового, коли художники і дизайнери спираються на багату спадщину китайського нефритового мистецтва, використовуючи сучасні технології та міждисциплінарні впливи. Вплив і актуальність цього відродження можна побачити у

збереженні культурної спадщини, зростанні ринку нефриту та еволюції сприйняття традиційного нефритового дизайну в сучасному китайському суспільстві.

Виокремлено фактори, що сприяли відродженню традиційних технік та прийомів у сучасному дизайні нефриту. В першу чергу, культурне та історичне значення нефриту в Китаї, як зазначають Ханг Цзянь і Го Цюхуй, відіграло вирішальну роль у відродженні традиційних технік і методів у сучасному дизайні нефритових виробів [3].

Відродження традиційних технік та мотивів можна розглядати як відповідь на глобалізацію і зростаючий вплив західної культури в Китаї. Сприймаючи та просуваючи традиційну нефритову майстерність, китайські художники та дизайнери стверджують свою культурну ідентичність та зберігають свою унікальну мистецьку спадщину в умовах глобальної культурної гомогенізації. Відродження традиційних технік і методів у сучасному дизайні нефритових виробів сприяє збереженню та популяризації багатой мистецької спадщини Китаю. Окрім збереження традиційних технік, відродження традиційних підходів також призвело до відновлення інтересу до вивчення та документування історії та культурної значущості цього виду мистецтва. Саме це прагнення до збереження та популяризації призвело до відновлення інтересу до традиційних ремесел як серед творців, так і на державному рівні.

Уряд Китаю визнав важливість збереження і просування традиційного нефритового ремісництва як життєво важливого аспекту культурної спадщини нації. Як наслідок, було запроваджено різні політики та ініціативи для підтримки відродження традиційних технік різьблення по нефриту та заохочення зростання нефритової індустрії. Були вжиті заходи для підтримки та просування індустрії різьблення по нефриту, такі як, надання фінансової допомоги, запровадження навчальних програм та створення платформ для

демонстрації та маркетингу нефритових виробів. В свою чергу, це призвело до збільшення фінансування та доступності ресурсів для ремісників і навчальних закладів, присвячених нефритовій справі, що сприяло вихованню нового покоління кваліфікованих різьбярів по нефриту, які прагнуть зберегти свою культурну спадщину.

Однією з ключових політик китайського уряду є "Закон про захист нематеріальної культурної спадщини" (ЗЗНКС), прийнятий у 2011 році. Цей закон спрямований на захист і популяризацію нематеріальної культурної спадщини, в тому числі традиційних технік різьблення по нефриту, шляхом надання фінансової підтримки, ресурсів і навчання ремісників і навчальних закладів, що спеціалізуються на цьому ремеслі [5]. Завдяки закону збільшилося фінансування досліджень і розробок у галузі нефритової промисловості, а також створено спеціалізовані школи і навчальні центри для виховання нового покоління кваліфікованих різьбярів по нефриту.

На додаток до даного законодавства, китайський уряд також заснував програму "Китайська майстерня різьблення по нефриту", метою якої є підтримка та просування роботи майстрів різьблення по нефриту. Ця програма надає фінансування та ресурси майстрам-різьбярям для створення власних студій, де вони можуть передавати свої знання та навички учням і сприяти збереженню традиційних технік різьблення по нефриту [2]. Спільні проекти, такі як виставка "Нефрит у сучасному дизайні", що відбулася в Пекіні у 2017 році, об'єднали художників, дизайнерів та науковців з різних дисциплін, щоб дослідити потенціал традиційних мистецьких нефритових тенденцій в сучасному контексті.

Результатом цих спільних зусиль стали витвори, які розширюють межі традиційного підходу до обробки та оздоблення нефриту та демонструють універсальність і адаптивність цієї форми мистецтва. Така державна політика мала значний вплив на ринок нефриту, оскільки посилення підтримки традиційних

ремесел призвело до зростання попиту на високоякісні вироби з нефриту, які демонструють традиційні техніки. Визнаючи роль китайського керівництва та галузевих ініціатив у просуванні традиційного ремесла, неможливо ігнорувати важливість співпраці між художниками, дизайнерами та іншими зацікавленими сторонами в нефритовій індустрії.

Міжнародна співпраця, обміни та резиденції також відіграли значну роль у відродженні традиційного нефритового дизайну. Співпрацюючи з художниками та дизайнерами з усього світу, китайські різьбярі по нефриту знайомляться з новими ідеями та техніками, що надихає їх на експерименти з новими підходами, зберігаючи при цьому міцний зв'язок зі своїм культурним корінням. Відродження традиційного нефритового дизайну тісно пов'язане з ринковим попитом та інтересами колекціонерів. Дослідники надавали митцям фінансову підтримку, простір та можливість відійти від норм традиційного виробництва нефриту, впроваджені державними фабриками та майстернями. Серед них, Лін Цзе-Чуан, колекціонер та менеджер, що приїхав до Шанхаю в 1993 році, заснувавши компанію Shanghai Guanxitang у 2004 році, а потім компанію Beijing Guanxitang, в 2011 році, яка займалася арт-менеджментом та дистриб'юцією нефритових виробів. В Інтерв'ю для Lotus Gemology Лін описує свою діяльність наступним чином:

"Я лише менеджер в індустрії різьблення по нефриту, і я не наважуюся носити цей титул. Коли я приїхав до Шанхаю в 1993 році, державна фабрика з різьблення по нефриту все ще була основною одиницею, яка в основному використовувалася для заробітку іноземної валюти. Вироби з нефриту також були відносно стандартизованими. Щоб задовольнити потреби ринку Тайваню та інших закордонних китайських громад, я почав шукати різьбярів по нефриту, з якими міг би працювати, досліджувати і створювати більш нові роботи. Пізніше я продовжував співпрацювати з різними нефритовими

скульпторами, щоб створювати роботи різних стилів" [12].

Науковець Лю Ян досліджує виробництво і споживання нефриту в Китаї протягом XX – XXI століть та соціальні, економічні і культурні чинники які сформували сучасні тенденції. Одним із ключових факторів, що зумовлюють це відродження, є зростаючий інтерес до традиційного ремесла серед колекціонерів і споживачів. Оскільки люди стають більш обізнаними і цінують майстерність, час і культурне значення традиційного різьблення по нефриту, вони більш охоче інвестують у високоякісні вироби з нефриту, які демонструють класичні мотиви і дизайни.

Економічні фактори також відіграли значну роль у цьому відродженні. Зростання середнього класу в Китаї та збільшення наявного доходу серед китайських споживачів призвели до сплеску попиту на предмети розкоші, в тому числі на високоякісні вироби з нефриту. Нефрит, з його глибоким культурним значенням і зв'язком з китайською історією та ідентичністю, розглядається як цінна інвестиція і символ статусу та смаку. Крім того, онлайн-майданчики, такі як Alibaba і Taobao, полегшили споживачам доступ до виробів з нефриту та їх придбання що збільшило загалом увагу до подібних виробів [4].

На додаток до внутрішнього попиту, міжнародний ринок нефритових виробів також зазнав значного зростання в останні роки. Оскільки китайське мистецтво отримує визнання та поцінування на світовій арені, сучасний дизайн нефриту привертає увагу колекціонерів та інвесторів, що сприяє подальшому відродженню цього виду мистецтва та підвищенню його комерційної життєздатності. Наприклад, рекордний

продаж нефритової печатки династії Цин на аукціоні Sotheby's у Гонконзі в 2010 році за понад 12 мільйонів доларів США демонструє зростаючий інтерес до традиційних нефритових артефактів та їхню цінність серед міжнародних колекціонерів.

Висновки. Досліджено використання традиційних технік і прийомів у сучасному китайському дизайні нефритових виробів. Виявлено основні техніки, які використовуються сучасними дизайнерами при створенні нефритових виробів. На прикладі робіт китайських майстрів досліджено спадковість символізму стародавніх нефритових виробів, та їх відображення у сучасному дизайні нефритових виробів Китаю. Прослідковано вплив відродження традиційних технік та мотивів нефритового мистецтва на збереження культурної спадщини, ринкові тенденції та реакцію сучасного китайського суспільства. Досліджено політики китайського уряду в сфері культурного туризму, що сприяли підвищенню популярності традиційних підходів у дизайні нефритових виробів та інших видів мистецтва.

Виявлено, що сучасний дизайн нефритових виробів в Китаї є динамічною галуззю, що розвивається, поєднуючи в собі традиції та інновації. Дизайнери активно експериментують з нефритом, працюючи з новими техніками та матеріалами, запозичуючи ідеї та мотиви інших культур, що призводить до розмаїття творчого самовираження у сфері різьблення по нефриту. Акцент на особистому самовираженні майстра сприяв урізноманітненню стилів та технік у галузі нефриту. Колекціонери зацікавлені у інноваційних виробках, які демонструють майстерність і творчий потенціал автора та активно підтримують дизайнерів, працюючих в експериментальному медіумі.

Література:

1. Treasures of Ancient China. *British Museum*, 2018. URL: <http://www.britishmuseum.org/exhibitions/treasures-ancient-china>.

2. China Jade Carving Master Studio Program. *China Daily*, 2015. URL: http://www.chinadaily.com.cn/culture/art/2015-01/09/content_19278361.htm.

3. 杭健, 郭秋慧. "中国玉 : 文化史." 中国国际出版社, 2007 [Хан Цзянь, Го Цюйхуей. Китайський

нефрит: Культурна історія. Китайське міжконтинентальне видавництво]. 245 с.

4. 刘阳. "市场需求与传统工艺品收藏者的兴趣." 艺术市场研究, № 27, 2015 [Лю Ян. Ринковий попит та інтереси колекціонерів до традиційного ремесла. *Дослідження ринку мистецтва*]. 197 с.

5. Intangible Cultural Heritage Protection Law of the People's Republic of China. UNESCO, 2013. URL: <http://ich.unesco.org/doc/src/China ICH Law EN.pdf>.

6. 王世襄. 中国玉器：从新石器时代到清朝 [Ван Шісян. Китайський нефрит: від неоліту до династії Цин. The Commercial Press, 1994. 148 с.]

7. Wang M., Guanghai S. The Evolution of Chinese jade carving craftsmanship. *Gems & Gemology*. 2020. № 56. 24 p. <http://dx.doi.org/10.5741/GEMS.56.1.30>.

8. 张伟, 王晓宇. "创新与传统：21世纪中国玉雕技术的发展." 人文与艺术杂志, 第7期, 2018 [Чжан Вей, Ван Сяою. Інновації та традиція: Розвиток технік різьблення китайського нефриту у 21 столітті. *Журнал мистецтв та гуманітарних наук*. 2018. № 7. Ст. 62].

9. 朱炳仁. "玉雕艺术." 中国跨大洲出版社, 2010 [Чжу Бінгрэн. Мистецтво різьблення з нефриту. Китайське міжконтинентальне вид-во, 2010. 73 с.]

10. 杨伯达, 论中国古代玉器艺术, 故宫博物院, 故宫玉器器论坛 / 李福君. 浙江, 1995 [Ян Бода. Про давньокитайське нефритове мистецтво: Палацовий музей нефриту. Китай: Видавництво Академічного Журналу Китаю, 1995. 24 с.]

11. 楊伯達, 玉的新面孔：對古老傳統的當代觀點, 亞洲藝術, № 46, 2016 [Ян Бода. Нове обличчя нефриту: сучасний погляд на давню традицію. *Мистецтво Азії* (Китай). 2016. № 46. Ст. 47.]

12. Lotus Gemology. Contemporary Jade Carving in China. Interview with Lin Tze-Chuan, 2020. URL: <https://www.lotusgemology.com/index.php/library/articles/468-contemporary-jade-carving-in-china-interview-with-lin-tze-chuan>.

13. 陈倩. "复兴传统工艺：中国玉雕行业的案例." 文化遗产旅游杂志, № 11, 2016 [Чен Цянь. Відновлення традиційних ремесел: Випадок промисловості китайського різьблення з нефриту. *Журнал спадщини туризму*. 2016. № 11. Ст. 186.]

14. 麦克尔森, 萨克斯, 吴. "今日中国玉雕的复兴." 亚洲艺术杂志, № 3, 2016 [Майклсон С., Сакс М., Ву Х. Відродження різьблення з нефриту в Китаї сьогодні. *Журнал Мистецтв Азії* (Китай). 2016. № 3. Ст. 10].

References:

1. British Museum (2018). Treasures of Ancient China. URL: <http://www.britishmuseum.org/exhibitions/treasures-ancient-china>.

2. China Daily (2015). China Jade Carving Master Studio Program. URL: http://www.chinadaily.com.cn/culture/art/2015-01/09/content_19278361.htm.

3. 杭健, 郭秋慧. "中国玉：文化史." 中国国际出版社, 2007 [Hang, Jian, and Guo Qiuhui. Chinese Jade: A Cultural History. China Intercontinental Press]. 245 p. [In Chinese].

4. 刘阳. "市场需求与传统工艺品收藏者的兴趣." 艺术市场研究, № 27, 2015 [Liu, Yang (2015). Market Demand and Collectors' Interests in Traditional Craftsmanship. *Art Market Research*, № 27, 197 p.] [In Chinese].

5. UNESCO (2013). Intangible Cultural Heritage Protection Law of the People's Republic of China. URL: <http://ich.unesco.org/doc/src/China ICH Law EN.pdf>.

6. 王世襄. 中国玉器：从新石器时代到清朝. [Wang Shixiang (1994). Chinese Jade: From the Neolithic to the Qing Dynasty. The Commercial Press. 148 p.] [In Chinese].

7. Wang, M., Guanghai, S. (2020). The Evolution of Chinese jade carving craftsmanship. *Gems & Gemology*, № 56, 24 p. <http://dx.doi.org/10.5741/GEMS.56.1.30>.

8. 张伟, 王晓宇. "创新与传统：21世纪中国玉雕技术的发展." 人文与艺术杂志, 第7期, 2018 [Zhang, Wei, and Wang Xiaoyu (2018). Innovation and Tradition: The Development of Chinese Jade Carving Techniques in the 21st Century. *Journal of Arts and Humanities*, № 7, 62 p.] [In Chinese].

9. 朱炳仁. "玉雕艺术." 中国跨大洲出版社, 2010 [Zhu, Bingren (2010). The Art of Jade Carving. China Intercontinental Press. 73 p.] [In Chinese].

10. 杨伯达, 论中国古代玉器艺术, 故宫博物院, 故宫玉器器论坛 / 李福君. 浙江, 1995 [Jan Boda (1995). About ancient Chinese jade art: Jade Palace Museum. *China Academic Journal Publishing House*, 24 p.] [in Chinese].

11. 楊伯達, 玉的新面孔：對古老傳統的當代觀點, 亞洲藝術, № 46, 2016 [Yang, Boda (2016). The New Face of Jade: A Contemporary Perspective on an Ancient Tradition. *Arts of Asia*, № 46, 47 p.] [In Chinese].

12. Lotus Gemology. Contemporary Jade Carving in China. Interview with Lin Tze-Chuan, 2020. URL: <https://www.lotusgemology.com/index.php/library/>

[articles/468-contemporary-jade-carving-in-china-interview-with-lin-tze-chuan.](#)

13. 陈倩. "复兴传统工艺: 中国玉雕行业的案例." 文化遗产旅游杂志, № 11, 2016 [Chen, Qian (2016). Revitalizing Traditional Crafts: The Case of Chinese

Jade Carving Industry. *Journal of Heritage Tourism*, № 11, 186 p.] [In Chinese].

14. 麦克斯, 萨克斯, 吴. "今日中国玉雕的复兴." 亚洲艺术杂志, № 3, 2016 [Michaelson, S., Sacks, M., and Wu, H. (2016). The Revival of Jade Sculpture in China Today. *Asian Art Magazine*, № 3, 10 p.] [In Chinese].

TANG Z., PASHKEVYCH K. L.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

THE REVIVAL OF TRADITIONAL TECHNIQUES AND METHODS IN THE CONTEMPORARY DESIGN OF JADE PRODUCTS IN CHINA

The aim of the article is to analyse the revival of traditional techniques and methods in the contemporary design of jade products in China during the 20th and 21st centuries, to identify the factors contributing to this revival, the influence of cultural heritage on contemporary jade design, and the role of modern technologies in the preservation and development of traditional craftsmanship.

Methodology is based on a comprehensive study of the topic and includes: methods of analysis, synthesis, induction, the method of structural and systematic analysis of sources, historical and comparative methods. Secondary data will be obtained from a review of relevant literature, historical documents, and analysis of jade artefacts from different periods.

Results. The key factors of the revival of traditional techniques and methods in modern jade design are identified, the trends of preservation and popularization of cultural heritage in the context of modern production are analyzed. The main techniques used by contemporary designers in the creation of jade products are identified. On the example of the works of Chinese masters, the heredity of the symbolism of ancient jade products and their reflection in the modern design of jade products in China are studied. The influence of the revival of traditional techniques and motifs of jade art on the preservation of cultural heritage, market trends and the reaction of modern Chinese society is traced.

The scientific novelty of the study lies in the comprehensive study of the revival of traditional techniques and methods in modern jade design in the context of China in the 20th and 21st centuries, for the first time considering a set of historical and cultural factors and the impact of government policy and industry initiatives on the integration of traditional and modern design elements in jade products.

Practical significance: the materials of the article can be used in the study of the topic in the training of specialists in design and decorative and applied arts and in writing scientific papers. In addition, the study will provide insight into the preservation and popularisation of cultural heritage in the context of modern production, which will make a valuable contribution to other industries seeking to balance the traditional approach and innovation.

Keywords: design; jade products; jewelry; jewelry art; Chinese culture; object design; cultural heritage; manufacturing technologies; art history.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Тан Чжунянь, аспірант, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7576-8423, **e-mail:** tangzhongyan940711@gmail.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професорка, завідувачка кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** kalina.pashkevich@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Тан Ч., Пашкевич К. Л. Відродження традиційних технік та прийомів у сучасному дизайні нефритових виробів Китаю. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 153–163.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.13>

Citation APA: Тан, Ч., Пашкевич, К. Л. (2023) Відродження традиційних технік та прийомів у сучасному дизайні нефритових виробів Китаю. *Art and design*. 3(23). 153–163.

УДК 7:730:75:82-1(477.74)"1959"

DOI:10.30857/2617-0272.2023.3.14.

¹ТАРАСЕНКО А. А., ¹ТАРАСЕНКО О. А., ²СІКОРСЬКА В. Ю.

¹ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Україна

²Одеський національний морський університет, Україна

ПОЕТ І ПРИРОДА: ХРОНОТОП ТАРАС ШЕВЧЕНКО В МИСТЕЦТВІ ОДЕСИ 1960-ті роки. Європейський контекст

Метою статті є дослідження образу Тараса Шевченка в мистецтві Одеси шістдесятих років ХХ століття. Тема розглядається в контексті поетики європейського романтизму: "Поет і природа".

Методологія: використовуються історико-культурологічний, компаративний, іконографічний, іконологічний, герменевтичний методи.

Результати. На основі вивчення ідейного змісту, іконографії, стилістики зображення Шевченка в картинах М. Божія, О. Ацманчука, К. Філатова і в скульптурі показано, що характер трактування образу Кобзаря має зв'язок із часом і місцем народження творів образотворчого мистецтва. Космічна епоха, що збіглася з річницями смерті (1861) і народження поета (1814), що відзначалися відповідно у 1961 та 1964 роках, розширила сприйняття постаті Шевченка в просторі та часі. На базі типологічних рядів виявлено, що іконографія шляху та образ натхненного поета в композиції Божія має спорідненість із зображенням Бетховена та Гюго в мистецтві Німеччини та Франції. Виявлено синкретизм метафори окриленого поета в поезії, живописі та скульптурі.

Наукова новизна. Вперше показано, що в образотворчому мистецтві Одеси відображено місце та історичний час створення художнього образу Кобзаря – хронотоп. Вивчено взаємозв'язок системи поетичних і мальовничих образів картини М. Божія "Думи мої, думи..." (1960) з поезією Шевченка. Виявлено ліричну домінанту образу Шевченка у творчості художників Одеси 1960-х років. Встановлено, що надприродний (метафізичний) стан поетичного натхнення Шевченка виражений через портрет і природне середовище панорамного ландшафту рідної землі. Досліджено роль одеської пейзажної школи у створенні ліричного образу Кобзаря. З'ясовано, що робота на пленері (паралельно з майстернею) дала майстрам змогу досягти єдності втілення духовного стану Кобзаря і стихій світобудови: духу і матерії. Розглянуто зв'язок картини-панно та скульптурного монумента.

Практичне значення. Представлені матеріали, їх художньо-стилістичний аналіз та узагальнення можуть бути використані в наукових дослідженнях присвячених образу Т. Шевченка в образотворчому мистецтві та літературі.

Ключові слова: Україна; живопис; скульптура; література; художня критика; романтизм; час; простір; М. Божій; О. Ацманчук.

Вступ. В характері художнього образу Кобзаря в літературі, образотворчому мистецтві, мистецтвознавстві відбивається місце та історичний час створення – хронотоп. Творче завдання автора – дати герою подих нового часу, поєднати з сучасниками. Через духовну спадщину відбувається діалог поета-художника Тараса Шевченка і майстра, який втілює його образ. Гайдеггер помічав, що справжнє життя твору мистецтва полягає в його духовному бутті [4, с. 9].

З часів Стародавнього Риму для увічнення пам'яті особистості митці насамперед звертаються до посмертної маски. Скульптор П. К. Клодт зробив зліпок обличчя Т. Г. Шевченка (1861). Маски Кобзаря перебували в багатьох майстернях ХХ століття. Під час роботи над створенням художнього образу майстру необхідно уникнути статичності спокою смерті і передати рух життя. Завдання живописця: висловити надприродний (метафізичний) стан поетичного натхнення Тараса Шевченка через портрет і природне

середовище. Взаємовідношення людини і природи – важлива тема музики, літератури та образотворчого мистецтва європейського романтизму. (Термін «романтизм» використаний нами в широкому часовому діапазоні).

Одеська живописна школа склалася наприкінці XIX – на початку XX століття під впливом французького імпресіонізму і постімпресіонізму. У ній домінував пейзажний жанр і пленерний напрям. У жанрових композиціях персонажі сприймалися частинною природного середовища. Взаємини людини і природи в мистецтві міста-порту змінювалися. Наприкінці 1950-х – на початку 1960-х років у живописі Одеси розкривається новий, масштабний простір. У картинах панує тема "Людина і природа". Людина сприймається вісью світобудови – Ejes transversalis. Образ землі стає планетарним, постає у панорамному просторі природи часто зображується в динаміці. М. Божій, В. Токарев, Г. Павлюк, К. Ломикін, В. Путейко, Г. Бельцов, Ю. Єгоров, В. Власов, М. Тодоров, Г. Крижевський та інші працювали у спільних пошуках нового змісту і форми. Лідером був О. Ацманчук. Художники жили і працювали в сусідніх майстернях поблизу Чорного моря, часто виїжджали на пленери, в Будинки творчості. Робота над композицією в майстерні була поєднана з живописом на відкритому повітрі.

Аналіз попередніх досліджень.

Образу Кобзаря присвячено праці багатьох дослідників. Н. Белічко розглядає Шевченкіану у творчості графіків 50–60-х рр. XX ст. (2004) [6]. О. Боронь звертається до теми поетики простору у творчості Тараса Шевченка (2005) [7]. Л. Генералюк у дослідженні "Універсалізм Шевченка: взаємодія літератури і мистецтва" (2008) виокремлює "Дух романтизму" [8]. Образ Кобзаря у творах сучасних майстрів розглядається в художній критиці. М. Юр презентує Шевченкіану як мистецьку інтенцію в сучасному візуальному

мистецтві України (2016) [18]. Культуротворчий аспект теми представлений у дослідженні Т. Чуйко "Інтерпретація образу Тараса Шевченка в живописі та графіці XX століття" (2016) [16]. Дисертаційне дослідження А. І. Носенко розкриває тему «Пленер в живописі Одеси другої половини XX – початку XXI століття» (2006).

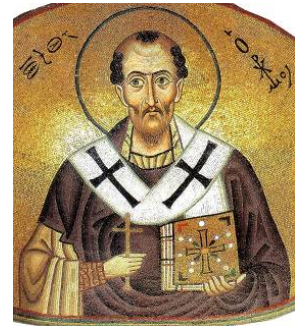
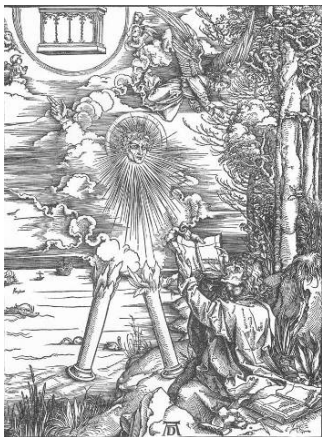
О. В. Жулицька склала бібліографію за темою: "Тарас Григорович Шевченко в літописі мистецького життя Одеси XIX–XX століть" (2015) [11]. Робота М. М. Божія над створенням образу Шевченка представлена в інтерв'ю художника (1964) [11, с. 105], у монографії Ф. І. Шапошникова (1963) [17]. Під час бесід при написанні статті та створенні каталогу О. А. Тарасенко мала можливість безпосереднього вивчення творчості майстра (1986) [12]. Твори, присвячені образу Шевченка в мистецтві Одеси в контексті мистецтва Європи не були об'єктом спеціального дослідження.

Постановка завдання. Це дослідження продовжує нашу тему "Портрет та ритуал" [15]. Метою статті є дослідження значення хронотопу у створенні образу Т. Шевченка художниками Одеси початку 1960-х років. Тема розглядається в контексті поетики європейського неоромантизму: "Поет і природа".

Методологія. Використовуються історико-культурологічний, компаративний, іконографічний, іконологічний, герменевтичний методи. Ми спираємося на праці Е. Панофського [5], Гадамера [10]. В інтерпретації творів мистецтва та літератури для нас важлива ідея Умберто Еко, висловлена у відомому есе з семіотики тексту "The Role of the Reader: Studies in the Semiotics of Texts" (1979).

Результати дослідження. У різні періоди історії в художньому образі Тараса Григоровича Шевченка акцентуються стани, що відображають час створення твору.

Тарас Шевченко. Поет та стихії природи. Шлях.



Іл. 1. А. Дюрер. Святий Іоанн отримує книгу Одкровенень. 1498. Ксилографія

Іл. 2. М. Божій. «Думи мої думи...» 1959–1960. П., о. 175×189. НХМУ, Київ

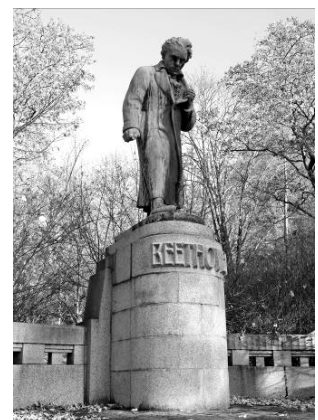
Іл. 3. Святитель Іоанн Золотоуст. 1030–1040. Мозаїка монастиря Осіос Лукас, Греція



Іл. 4. Карл Ролінг. Йоганн Вольфганг Гете і Людвіг ван Бетховен під час зустрічі в 1812 році. 1887.

Іл. 5, 6. Ф. Г. Кричевський. Ескізи до проекту пам'ятника Т. Г. Шевченку. 1933. 22×15; 27×32.

Іл. 7. І. Іжакевич. Г. Сковорода в дорозі. 1894. П., о., гризайль.



Іл. 8. Юліус Шмід. Прогулянка Бетховена на природі. 1925. Фрагмент. Інститут Гетті.

Іл. 9. М. Божій. Бетховен. 1967. Полотно, олія. 173×190. Вінницьке міське управління культури.

Іл. 10. Г'юго Угер. Статуя Людвіга ван Бетховена. 1929. Карлові Вари.

Так, у мистецтві 1920-х – 1930-х років поет постає насамперед як борець за встановлення соціальної справедливості. У скульптурі І. Кавалерідзе (1918, 1926), О. Архипенка (1939), у живописі (1928/29) і скульптурному проекті (1933) Ф. Кричевського передано напружений стан зануреності Кобзаря в тяжкі роздуми про драматичну долю селянства, про Батьківщину. У монументі, спорудженому у 1935 році в Харкові (скульптор М. Манізер, архітектор І. Лангбард), Т. Шевченко явлений у ролі лідера, який веде український народ до визволення.

Цифри народження 25.02 та смерті 26.02 Т. Шевченка (1814–1861) збігаються із завершенням його життєвого циклу та виходу на інший рівень витка спіралі як моделі буття та світобудови. Знаменно, що час смерті поета – борця за свободу – збігся з планетарною подією соціуму: скасуванням кріпосного права в Російській імперії (3.03.1861) та скасуванням рабства в США. (Указ було підписано А. Лінкольном у 1862 році, закріплено в Конституції 19.06.1865).

Ювілейні дати Тараса Шевченка (100-річчя від часу відходу поета-пророка із земного життя та 150-річчя від часу його народження) збігається з відкриттям планетарного простору епохи Науково-технічного прогресу людства: 12.04.1961 – перший політ у Космос; 1965 – вихід у навколосферний простір. Розширення просторово-часової картини світу відбилося у всіх сферах літератури та мистецтва.

У парку Одеси, що носить ім'я Шевченка, встановили дев'ятиметровий монумент із бронзи на гранітному постаменті (1966). Скульптори: А. Білостоцький, О. Супрун, архітектор Г. Топуз (іл. 21). Пам'ятники поетам часто встановлюються у просторі ідеальної природи. Парк може сприйматися як образ Раю, бажаної гармонії людини та природи. Характер руху постаті в одеському пам'ятнику пов'язаний із символікою сходження. У цьому можна

бачити зв'язок із попередніми монументами (скульптура Манізера в Харкові, 1935). П'єдестал викликає асоціації з крутим берегом Дніпра. У зображенні героя на символічній горі, як посередника між землею і небом, збережено традиційну ієрархію. Особливістю образу 1966 року є те, що Шевченко представлений у стані поетичного споглядання.

При сприйнятті образотворчого мистецтва майстрів Північного Причорномор'я важлива установка на місце створення: відкрите світу місто-порт. Покоління короткої соціальної "відлиги" називалося "шістдесятниками". Художники, які пережили трагедію війни і радість перемоги над злом, дивилися у світ з романтичною вірою в майбутнє. Наприкінці 1950-х – початку 1960-х років розширюється діапазон художньої спадщини. Друкуються книжки та альбоми з мистецтва Візантії та Давньої Русі-України. Для глядачів відкривається живопис Паризької школи другої половини XIX – початку XX ст. У перекладі вийшла монографія Джона Ревалда "Історія імпресіонізму" (1959). Характер епохи відбито у творах майстрів Одеси, присвячених образу великого українського поета. Найбільш значні живописні композиції створили М. Божій, О. Ацманчук, К. Філатов.

Картина М. М. Божія "Думи мої, думи..." (1959–1960) (іл. 2) із зібрання Національного художнього музею України є однією з найкращих у живописній Шевченкіані.

Михайло Михайлович Божій (1911–1990) народився в Миколаєві, в сім'ї формувальника-ливарника кораблебудівного заводу. Помер в Одесі, де мешкав з 1936 року. Дійсний член Академії мистецтв СРСР не мав закінченої середньої академічної освіти. На початку 1930-х років юнак кілька років навчався в Миколаївському художньому технікумі, де в 1931/34 роках викладав Д. К. Крайнев (1872–1949), який став його вчителем. Життя Крайнева пов'язане з Одесою, де в

1883/90 роках він навчався в малювальній школі, а після закінчення Академії мистецтв у Петербурзі (1898) і річного відрядження до Парижа викладав. До ювілею 125-річчя від дня народження Шевченка Крайнев написав жанрові композиції: "Останній день життя Шевченка" (1938), "Друзі у хворого Шевченка" (1939) [13, с. 2–7].

Визначальне значення для розвитку мальовничого дару Михайла Михайловича, формування його здатності втілювати природу в живописні образи мало **художнє середовище Одеси**. "Не через картини великих художників потрібно бачити життя, а вчитися в них його бачити", – стверджував Божій [12, с. 2].

Масштабне полотно М. М. Божія "Думи мої, думи..." (175×189) значне за високим душевним ладом і рівнем художнього узагальнення. Назва картини відповідає програмним віршам Шевченка (1839, 1847). Тема поетичного натхнення поєднана з характерним образом природи України. Закрут Дніпра – точно знайдений знак Батьківщини поета. Високий берег виступає природною основою, своєрідним п'єдесталом для монументального **портрета-пам'ятника** Кобзареві. При суворому відборі головного зростає значення деталі, що набуває символічного характеру: яскраві квіти зламаного будяка, зображеного на першому плані, уособлюють уявлення про подолане зло [17, с. 40; 12, с. 5].

ДИНАМІЧНА МЕДИТАЦІЯ. У картині Божія Шевченко показаний в енергійному русі наперекір стихії вітру, по лівосторонній композиційній діагоналі. **Мотив шляху** – один із важливих у культурі. Міфопоетика шляху як моделі мандрівки героя, подолання ним випробувань і набуття сили в космогонічному колі, представлена в книзі Джозефа Кемпбела "The hero with a thousand faces" [2]. Модель духовної подорожі покладено в основу "Божеественної комедії" Данте (1321). Ідея дороги виражена в міфі про Орфея, що надихнув К. В. Глюка на створення опери "Орфей і Еврідіка" (1762, у редакції Г.

Берліоза – 1860). (Звернемо увагу на дати). Дж. Купер пише про символізм шляху (і пов'язаного з ним руху вниз і вгору) як можливості подолання земних обмежень і переходу від темряви до світла і свободи [3, с. 47].

Образ поета-філософа, що йде в композиції І. Іжакевича "Г. Сковорода в дорозі" (1894) (іл. 7), у двосторонніх ескізах до проекту пам'ятника Т. Г. Шевченку (1933) Ф. Кричевського (іл. 5, 6) сприймається як вираз діяльної енергії життя. У мальовничому розв'язанні теми "Митець і світ" Божія залучали великі трагічні долі. Його "Бетховен" (1967) – суперечливий, бентежний, такий, що перемагає страшну недугу, завжди готовий до радості творення, – чи не сам це митець з його всепереможною вірою в життя (іл. 9). Тендітна гілочка в руках музиканта – символ вічного оновлення джерела натхнення – природи.

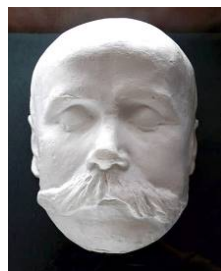
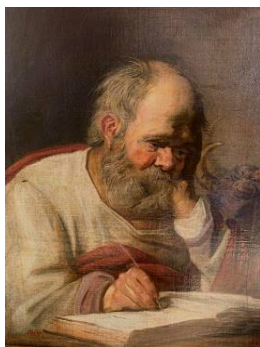
Іконографія шляху та психологічний стан "бурі й натиску" в композиціях Божія "Думи мої, думи..." і "Бетховен" має спорідненість із зображенням Бетховена у картинах німецьких художників: Карл Ролінг "Йоганн Вольфганг Гете і Людвіг ван Бетховен під час зустрічі в 1812 році" (1887) (іл. 4); Юліус Шмід "Прогулянка Бетховена на природі" (1925) (іл. 8). Картина Шміда із зображенням Бетховена була використана як обкладинка номера «The Radio Times» від 18 березня 1927 року. Драматичний образ геніального композитора, який творив у період між класицизмом і романтизмом, створив Хьюго Угер у статуї "Людвіг ван Бетховен" (1929, Карлові Вари) (іл. 10).

Типаж Шевченка близький до образу картини Франса Галса "Євангеліст Матвій" (1625) з Одеського музею західного і східного мистецтва (іл. 11). На іл. 12, 13, 15, 16 представлено типологічну спорідненість образів Шевченка з геніями культури кінця XVIII – початку XIX століття, які показані у стані натхненного самозаглиблення. Характер руху торса, ракурс голови, погляд Кобзаря викликає алузії з образом

Бетховена з партитурою для Missa Solemnis (1820) Джозефа Карла Штілера (іл. 14). Вогняний порив Шевченка на картині Божія близький до стану, переданого Роденом у скульптурних портретах поета і письменника романтизму, політичного діяча Франції В. Гюго (1802, 1808, 1988). Гюго (1802–1885): "Героїчний бюст Віктора Гюго" (1890-ті) (іл. 14), "Погруддя Віктора Гюго" (1917) (іл. 17). У вібраціях світла і тіні відкритої фактури французький скульптор-імпресіоніст передав рух життя.

КРИЛА. У картині "Думи мої думи..." Божій створив мальовничо-пластичну **метафору окриленого поета**, здатного відірватися від землі та ширяти подібно до птаха. Птах – образ душі. "Постать Шевченка в пальто, що розвивається, < > сприймається як великий білогрудий чорний птах", – писав Ф. І. Шапошников [17, с. 40]. Фігура поета показана вище летючого орла, зображеного праворуч.

Типологія портрета Тараса Шевченка. Європейський контекст.

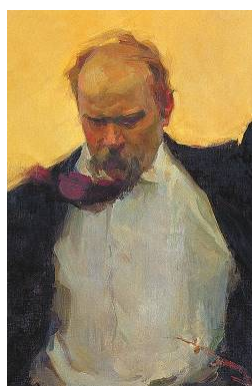
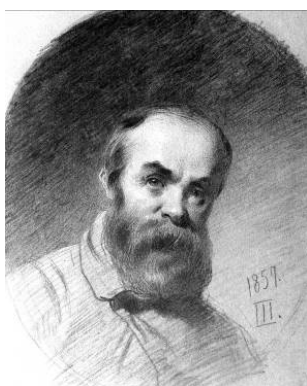


Іл. 11. Франс Галс. Євангеліст Матвій. 1625. П., о. 70×50. Одеський музей західного і східного мистецтва.

Іл. 12. Скульптор П. К. Клодт. Маска Т.Г. Шевченка. 1861. 24,6×20. ОНХМ.

Іл. 13. Тарас Шевченко. Фото 1858.

Іл. 14. Джозеф Карл Штілер. Портрет Бетховена з партитурою для Missa Solemnis. 1820. П., о. 62×50. Будинок Бетховена, Бонн.



Іл. 15. Т. Шевченко. Автопортрет. 1857. П., о. 31,4×24,6. НМТШ, Київ.

Іл. 16. М. Божій. «Думи мої думи...». Фрагмент.

Іл. 17. Огюст Роден. Героїчне погруддя Віктора Гюго. 1890-ті. Мармур. 74,3×59,7.

Іл. 18. Огюст Роден. Погруддя Віктора Гюго. 1917. Палац Почесного легіону, Сан-Франциско.

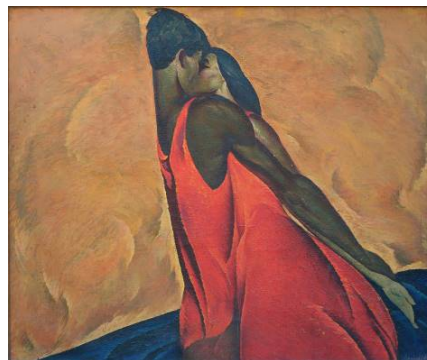
Образ Тараса Шевченка. Крила.



Іл. 19. Алкамей? Гермес Пропілей (Привратный). Герма. V ст. до н. е. Археологічний музей Стамбула.

Іл. 20. Ю. Синькевич, А. Фуженко, М. Грицюк. Пам'ятник Тарасові Шевченку. 1964 / 1971. Миргород.

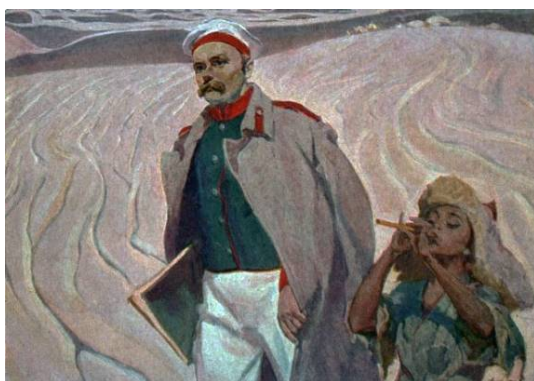
Іл. 21. А. Білостоцький, О. Супрун, арх. Г. Топуз. Пам'ятник Тарасові Шевченку. 1966. Бронза, граніт. 9 м. Одеса, парк імені Т.Г. Шевченка. **Іл. 22.** П. Подолець, В. Стасюк. Арх. В. Ковальчук. Пам'ятник Тарасові Шевченку. 1999. Бронза, граніт. м. Рівне.



Іл. 23. І. Гречаник. Пам'ятник Тарасу Шевченку. 2008. м. Баку.

Іл. 24. О. Ацманчук. Політ. 1960/67. Полотно, темпера. 183,5×219. ОНХМ.

Іл. 25. О. Князик. Пам'ятник Адамові Міцкевичу. 2004. Бронза, граніт. Одеса



Іл. 26. К. В. Філатов. Т.Г. Шевченко на засланні. 1964. Полотно, олія.

Іл. 27. О. Ацманчук. Тарас Шевченко. Дніпровські далі. 1961. Полотно, олія. Приватна збірка

Живописний образ асоціативно взаємодіє з поетикою Шевченка.

*Нехай думка, як той ворон, / Літає та кричє,
А серденько соловейком / Щебече та плаче.*

< >

Виросла могила, / А над нею орел чорний /

Сторожем літає /

І про неї добрим людям / Кобзарі співають ...

Чорний силует одягу Кобзаря асоціюється із потужними крилами віщого ворона чи орла. Ворон – посередник між світами живих та мертвих, птах верховного скандинавського бога Одіна. Орел є приналежністю Зевса; у християнстві – Івана Євангеліста. В образі соловейка – співака любові, що живе серцем, виявлено кардіоцентризм – базовий для філософії "філософії серця" України (Г. С. Сковорода, П. Д. Юркевич).

Розкриваючи вчення про пізнання ідей у діалозі "Федр", Платон пише про значення крил: "... крилу від природи найбільше властиво піднімати важке заввишки, туди, де живе рід богів. З усього, що пов'язано з тілом, крила найбільше причетні до божественного" (Федр. 246, d-e). Дослідник філософії художньої творчості Гастон Башляр у другій главі книжки "Повітря і мрії: нарис уяви руху" (1938) зауважує, що оскільки *нижче* можна пояснити тільки через *вище*, то "для динамічної уяви **політ – прототип краси**" [1, с. 96].

Крила – один із важливих символів літератури та мистецтва з кінця 1950-х років. У 1958 році написаний вірш Ліни Костенко "Крила". Метафора крилатого поета – основа міфопоетики скульптурних монументів, представлених на іл. 20, 22, 23, 25.

Композиція "Думи мої думи..." будується на тональному контрасті **чорно-білого одягу** Кобзаря і насиченого кольорового звучання пейзажу. Тим самим, людина виділяється з природи. Приховуючи руки поета під темним плащем, Божій досягає статуарної монолітності напівфігури. Виділена тоном біла пляма сорочки нагадує форму античної герми у скульптурних образах богів, героїв, громадських діячів (іл.

19) та геніальних художників класицизму. Дещо сплющене трактування пейзажу та одягу підкреслює виразність рельєфно виліпленої кольором і тоном **голови поета-мислителя**. Живописець користувався не тільки пензлем, а й мастихіном.

Під час роботи над образом Шевченка Божій уважно вивчав його маску [11, с. 105] (іл. 12). У ракурсі голови виокремлено верхню частину – "купол" чола, що має типологічну відповідність до характеру середньовічних пропорцій, де верхня частина обличчя символічно відповідала небу (іл. 3). Очі поета не виписані: "Потрібно писати не очі, а погляд", – стверджував художник. У стані натхнення герой перебуває в надприродному просторі. Базову фазу "ракетодрому" для багатоступінчастої ракети духовного польоту може грати природа. Глядач є свідком чудесного стану творчого осяяння.

ПРОСТІР. Створюючи **портретний образ Шевченка в пейзажі України**, Божій слідує ідеї ренесансного гуманізму, де людина представлена як вінець божественного творіння. Монументальність досягнута за рахунок контрастного зіставлення постаті й далей (минаючи середній план). У відмінність від канонічного для академічної традиції портрета Ренесансу, де голова зображувалась у композиційному центрі: на лінії з'єднання землі, води і неба, – у співвідношенні стихій простору картини Божія домінує небо. Голову зображено високо над лінією горизонту. У такому трактуванні втілено мальовничу метафору духовних устремлень поета-художника.

Для зближення з реальним простором художник висуває постать Шевченка до глядача, фокусуючись на фрагментарності. У сміливому зіставленні планів використано прийоми роботи кінооператора. Кінематограф вплинув на образотворче мистецтво кінця 1950-х років. У Божія був такий особистий досвід: у другій половині 1940-х – 1950-х роках він працював оформлювачем в одеському кінотеатрі "Котовський". Близький друг родини Божіїв

А. Горбенко розповідає, що Михайло Михайлович дуже серйозно ставився до створення афіш: наймав натурників і платив їм гроші "зі своєї кишені" [9, арк. 15].

У співвідношенні героя і простору в картині "Думи мої думи..." дався взнаки досвід роботи Божія над монументальними панно для відновленого залізничного вокзалу Одеси (1952) [11, с. 4]. За часів атеїзму в архітектурі та живописі збереглися принципи оформлення інтер'єру храму: на місці євангелістів зображувалися герої. Розташування tondo з образами захисників міста "Солдат" і "Моряк" під півсферою купола вокзалу визначило становище лінії горизонту нижче за торси героїв, тонально виділених на тлі неба.

КОЛОРИТ. Фігура Шевченка виникає з динамічної колірної стихії полотна. Ніби висвічені зсередини фарби знаходять просторову глибину. Колорит, заснований на контрасті жовто-палевого, золотистого неба з яскравими фіолетовими плямами великих квітів будяка, викликає відчуття драматичної напруги. Хмари роблять активним простір неба. Рух потоків повітря, боріння світла і суворих хмар, виражено у своєрідній декоративній рамі холодної гами синьо-фіолетових відтінків кольору, властивій землі та воді. Червона лінія заходу сонця, що розділяє високе небо і землю, викликає асоціації із втіленням стихії вогню в акварелі Т. Шевченка "Пожежа в степу" (1848).

Палітра Божія скупа в пігментах. Художник розповідав, що орієнтуючись на Веласкеса, окрім чорної та білої, використовував лише чотири фарби: стронціанову жовту, охру світлу, англійську червону, кобальт синій [11, с. 6–7]. Досконально вивчивши їх можливості, майстер досягав колористичного багатства. Полотна Божія не "жухнуть" від часу, тому що використано лише добре сумісні природні фарби. Немов "дихаюче", не завантажене барвистим шаром полотно створює враження легкості. Характер трактування світлоповітряного середовища, вільний

мазок широкого пензля Божія має зв'язок зі стилістикою європейського імпресіонізму та модерну. Живописець багато працював на пленері, уважно вивчав картини імпресіоністів у ДМОМ, мав велику бібліотеку. Постійна робота на природі, створення етюдів дає змогу досягти єдності барвистої матерії в зображенні людини та стихій світобудови.

ЗОЛОТО. Низька лінія горизонту і високе золоте небо викликають алузії зі співвідношенням "позему" та неба в давніх іконах. Знаменно, що Божій мав багате зібрання золотофонних ікон XIX століття. Взаємини людини з простором у різні епохи змінюється. Так, у період теоцентризму, в середньовічній іконі святий і замовник, зображені на золотому тлі, знаходяться в ідеальному середовищі, оскільки золото сприймається як сублімація божественної енергії (іл. 3). У мозаїці "Євхаристія", яка розташована в центральній апсиді собору Святої Софії Київської (перша половина XI століття), немає зображення землі. Апостоли ступають по золотому небу. У картині "Думи мої думи..." образ сяючого золотого неба створено не умовним символічним способом золочення фону, а чуттєво-конкретною мовою живопису олією.

Примітка. Таке рішення простору використовується в сучасному українському живописі. Наприклад, у портретних композиціях М. Пономаренко золото запроваджено як матеріал, що відіграє важливу роль у створенні портретного образу. Його використання у творі «Сімейні реліквії» художниця пояснює так: «Я звернулася до ритуального призначення золота та нагадала про первинний – сакральний зміст портретів із його використанням» [14, с. 163].

Як нами було зазначено вище, велике значення для розвитку таланту Божого мало потужне мистецьке середовище Одеси. Талановиті художники збагачували один одного. Можна помітити **опосередкований** вплив на стилістику картини академіка Божія

"Думи мої думи..." відкриттів Ацманчука (який не мав почесних звань). Олександр Павлович Ацманчук (1923–1974) народився, жив і помер в Одесі. У 1947 році, після закінчення Одеського художнього училища, він завершив академічну освіту в Інституті імені І. Ю. Рєпіна (1953). У 1960/67 художник працює над програмним полотном "Політ" (1960/67), де закохані показані над Чорним морем у просторі золотого світанкового неба (іл. 24). Враження від творчості Ацманчука проявилось у картині Божія: у масштабній побудові простору, у золотому куполі безкрайнього неба, у наближенні персонажів до першого "великого плану", у використанні прийому контрасту масштабу виділеної на перший план фігури до пейзажу.

У композиції **О. П. Ацманчука "Тарас Шевченко. Дніпровські далі" (1961)** (іл. 27) Кобзар показаний у стані **статичної медитації**. Природа сприймається як божественне творіння, одухотворена поетом-художником. Подібно до втіленого слова, вона передає стан діалогу людини з небом. Назва картини визначає ідею живописного образу України, оспіваної поетом-художником.

*Думи мої, думи мої, / Ви мої єдині,
Не кидайте хоч ви мене / При лихій годині.
Прилітайте, сизокрилі / Мої голуб'ята,
Із-за Дніпра широкого / У степ погуляти*

Нехай душі козацькії / В Україні витають

Там широко, там весело / от краю до краю

У просторі картини панує стихія води, передаючи зримий образ: *Дніпро широкий – море*. Вітер жене хмари, подібні до хвиль. Рух хмар, контрасти світла й тіні, виразний силует дозволяють передати піднесений душевний стан поета. Єднання могутньої річки і постаті Шевченка, що виділяється білим силуетом на темно-синьому тлі, дає відчуття масштабності. Дніпро, якому віддано центральне місце в картині, глядач бачить очима Кобзаря – з висоти кручі. Таким чином досягається ефект півсфери. Композиція Ацманчука з притаманним їй "просторовим проривом" центральної частини має

стилістичний зв'язок композиціям бароко. Майстер застосовує точку зору з "орлиного польоту", властиву мистецтву бароко, зокрема, картинам Пітера Брейгеля Мужицького.

Стилістика полотна **К. В. Філатова** (1926–2006) **"Т. Г. Шевченко на засланні" (1964)** (іл. 26), де поет-художник показаний з альбомом для акварелі у супроводі хлопчика казаха, який грає на сопілці, споріднена з творами Божія та Ацманчука і підтверджує **ліричну доміанту образу Шевченка у творчості художників Одеси 1960-х років**.

Композиційне рішення розглянутих живописних полотен, як і скульптурних пам'ятників, орієнтоване на сприйняття героя в глобальному просторі. Панорамний характер пейзажу, характерний для України, прославлений Т. Шевченком у малюнках та акварелях Київської археологічної експедиції (1843), у серії офортів "Мальовнича Україна" (1844).

Висновки. До роковин народження та смерті Тараса Шевченка в образотворчому мистецтві Одеси 60-х років ХХ століття було створено значні картини і пам'ятники, в яких відображено хронотоп.

Розширення просторово-часової моделі світу епохи науково-технічного прогресу, польотів у космос відображено в поезії образотворчого мистецтва.

Стан творчого натхнення Шевченка виражений у динамічній і статичній медитації: у мотивах шляху та споглядання. Контраст бурхливого руху фігури (мотив шляху) та явлений в обличчі духовного зосередження дає можливість висловити внутрішню експресію поета язиком пластики. У літературі (Т. Шевченко, Л. Костенко), живопису (М. Божій, О. Ацманчук, К. Філатов), скульптурних монументах того часу застосовано поетичну метафору крил. Зазначимо, що в картинах поєднано горизонталь земного шляху з духовною вертикаллю.

Найважливішу роль відіграє панорамний пейзаж-картина. Через стихії

природи передано метафізичний стан натхнення поета. Камерні пейзажі етюдного характеру змінюються масштабними картинними образами, в яких герой постає в просторі величної природи. У картинах панно відбувається поєднання станкового і монументального мистецтва. Зображуючи Шевченка на варіації п'єдесталу як реального ландшафту, художники-живописці застосовують просторові моделі сприйняття скульптурного пам'ятника.

У композиціях типології "Поет і природа" важливим є співвідношення фігури з простором землі, води, неба. Живопис має можливість максимального чуттєво переконливого "пожвавлення" героя у вигляді включення його у сучасність і конкретний краєвид. Натхнення Шевченка передається не лише в портреті через передачу емоційного стану, а й у динаміці хмар, потоків вод, символізмі золотих небес.

Література:

1. Bachelard G. L'Air et les Songes: Essai sur l'imagination du mouvement. Librairie José Corti. 1943. 306 p.
2. Campbell J. The hero with a thousand faces. New York: Bollingen Foundation Inc., 1949. 416 p.
3. Cooper J. C. An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols. Thames&Hudson: 1987. 208 p.
4. Heidegger M. Holzwege. Frankfurt a. Main, 1957. 248 p.
5. Panofsky E. Meaning in the Visual Arts. Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor Books, Doubleday & Company, Inc., 1955. 362 p.
6. Белічко Н. Шевченкіана у творчості графіків (50–60-ті рр. ХХ ст.). *Дивослово*. 2004. № 3. С. 22–25.
7. Боронь О. Поетика простору в творчості Тараса Шевченка: монографія. Київ, 2005. 152 с.
8. Генералюк Л. Універсалізм Шевченка: взаємодія літератури і мистецтва. Київ: Наукова думка, 2008. 544 с.
9. Горбенко А. Бесіда з О. Тарасенко 20.08.22. Архів сім'ї Тарасенків. 59 арк.
10. Гадамер Ганс-Георг. Герменевтика і поетика. Київ: Юніверс, 2001. 288 с.

В іконографії та активізації природних стихій у створенні образу Кобзаря виявлено зв'язок із напрямком європейського романтизму. Шістдесятники відкривають і творчо трансформують спадщину різних епох, що свідчить про полістилізм. Поряд з освоєнням багатовекторного простору бароко актуалізується стилістика монументального мистецтва Візантії, Давньої Русі-України.

Створення типологічних рядів дало змогу показати зв'язок образу Шевченка у творах художників України з типологією та іконографією картин-портретів Бетховена та Віктора Гюго в мистецтві Німеччини та Франції.

Надалі буде продовжено дослідження художніх творів та образу Тараса Шевченка в контексті світового мистецтва. У наступній статті буде розглянуто композицію Андрія Антонока (1943–2013) "В казематі. Тарас Шевченко" (1983).

11. Жуліцька О. В. Тарас Григорович Шевченко в літописі мистецького життя Одеси ХІХ–ХХ століть. Частина ІІ. *Вестник Одесского художественного музея*. 2015. № 2. С. 92–107.
12. Каталог выставки произведений Михаила Михайловича Божия. Автор вступительной статьи и составитель О. А. Тарасенко. Киев: СХ Украины, 1986. 60 с.
13. Котляр М. Д. К. Крайнев. *Образотворче мистецтво*. № 9. 1939. С. 2–7.
14. Пономаренко М. В. Триптих М. Пономаренко "Сімейні реліквії": особливості образного та художньо-стилістичного ладу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. 5 (29). С. 85–90.
15. Тарасенко О. А. Портрет і ритуал. *Мистецтвознавство України: зб. наук. пр.* 2005. Вип. 5. С. 56–68.
16. Чуйко Т. Інтерпретація образу Тараса Шевченка у живопису та графіці ХХ століття: культуротворчий аспект: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства. Київ, 2016. 18 с.
17. Шапошников Ф. Михайло Михайлович Божий. Київ: Мистецтво, 1963. 48 с.

18. Юр М. Шевченкіана як художня інтенція у сучасному візуальному мистецтві України. *Мистецькі обрії*. 2014. Вип. 6 (17). С. 50–54.

References:

1. Bachelard, G. (1943). *L'Air et les Songes: Essai sur l'imagination du mouvement*. Librairie José Corti [in English].
2. Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. Bollingen Foundation Inc. New York [in English].
3. Cooper, J. C. (1987). *An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols*. Thames&Hudson [in English].
4. Heidegger, M. (1957). *Holzwege*. Frankfurt a. Main [in English].
5. Panofsky, E. (1955). *Meaning in the Visual Arts*. Garden City, N.Y. [in English].
6. Belichko, N. (2004). *Shevchenkiana u tvorchoosti hrafikiv (50–60-ti rr. XX st.)* [Shevchenkian in the work of graphic artists (50s–60s of the 20th century)]. *Dyvoslovo*, 3, 22–25 [in Ukrainian].
7. Boron, O. (2005). *Poetyka prostoru v tvorchoosti Tarasa Shevchenka* [Poetics of space in the creativity of Taras Shevchenko]. Kyiv [in Ukrainian].
8. Heneraliuk, L. (2008). *Universalizm Shevchenka: vzaiemodiia literatury i mystetstva* [Shevchenko's universalism: the interaction of literature and art]. Kyiv [in Ukrainian].
9. Horbenko, A. *Besida z O. Tarasenko 20.08.22* [Conversation with O. Tarasenko. 20.08.22]. Tarasenko's family archive [in Ukrainian].
10. Gadamer, Hans-Georg (2001). *Hermenevtyka i poetyka* [Hermeneutics and poetics]. Kyiv [in Ukrainian].
11. Zhulitska, O. V. (2015). *Taras Hryhorovych Shevchenko v litopysi mystetskoho zhyttia Odesy XIX–XX stolit* [Taras Shevchenko in the annals of the artistic life of Odesa in the 19th and 20th centuries]. *Vestnyk Odesskoho khudozhestvennoho muzeia*, 2, 92–107 [in Ukrainian].
12. *Kataloh vustavky proyzvedenyi Mykhayla Mykhailovycha Bozhiiya* [Catalog of the exhibition of the artworks by Mikhail Bozhi]. O. A. Tarasenko (Ed.) (1986). Kyiv [in Ukrainian].
13. Kotliar, M. D. (1939). *K. Krainev* [K. Krainev]. *Obrazotvorche mystetstvo*, 9, 2–7 [in Ukrainian].
14. Ponomarenko, M. V. (2020). *Tryptykh M. Ponomarenko "Simeini relikvii": osoblyvosti obraznoho ta khudozhno-stylistychnoho ladu* [Triptych by M. Ponomarenko "Family heirlooms": features of the figurative, artistic and stylistic order]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 5 (29), 85–90 [in Ukrainian].
15. Tarasenko, O. A. (2005). *Portret i rytual* [Portrait and ritual]. *Mystetstvoznavstvo Ukrainy*, 5, 56–68 [in Ukrainian].
16. Chuiko, T. (2016). *Interpretatsiia obrazu Tarasa Shevchenka u zhyvopysu ta hrafitsi KhKh stolittia: kulturotvorchyi aspekt* [Interpretation of the image of Taras Shevchenko in paintings and graphics of the 20th century: cultural aspect]. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
17. Shaposhnykov, F. (1963). *Mykhailo Mykhailovych Bozhii* [Mykhailo Mykhailovych Bozhii]. Kyiv [in Ukrainian].
18. Yur, M. (2014). *Shevchenkiana yak khudozhnia intentsiia u suchasnomu vizualnomu mystetstvi Ukrainy* [Shevchenkian as an artistic intention in modern visual art of Ukraine]. *Mystetskiobrii*, 6 (17), 50–54 [in Ukrainian].

¹TARASENKO A. A., ¹TARASENKO O. A., ²SIKORSKAYA V. Yu.

¹State University: South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushinsky, Ukraine

²Odesa National Maritime University, Ukraine

THE POET AND NATURE: CHRONOTOPE TARAS SHEVCHENKO IN THE ART OF ODESA 1960s. European context

The purpose of the article is to study the image of Taras Shevchenko in the art of Odesa in the 1960s. The topic is considered in the context of the poetics of European romanticism: "The poet and nature".

Methodology. Historical-cultural, comparative, iconographic, iconological, and hermeneutic methods are used.

Results. Based on the study of the content in terms of ideas, iconography, and style of Shevchenko's image in the paintings of M. Bozhiy, A. Atsmanchuk, and K. Filatov, it is shown in the sculpture that the nature

of the interpretation of Kobzar's image is related to the time and place of creation of works of fine art. The beginning of the Space Age, that coincided with the anniversaries of the poet's death (1861) and the poet's birth (1814), which were celebrated in 1961 and 1964, respectively, expanded the perception of Shevchenko's personality in space and time.

On the basis of the created typological series, it was revealed that the iconography of the path and the image of the inspired poet in the composition of Bozhiy is related to the image of Beethoven and Hugo in the art of Germany and France. The syncretism of the metaphor of the winged poet in poetry, painting and sculpture was revealed.

The lyrical dominant of Shevchenko's image in the creativity of Odesa artists of the 1960s is revealed. It was clarified that the work on the plein air in parallel with the creation of the picture form in the workshop made it possible to achieve the unity of the colorful matter in the image of Kobzar and the elements of creation.

The scientific novelty of the publication lies in the fact that it shows for the first time that the place and historical time of the creation of the artistic image of Kobzar –the chronotope – is reflected in the visual art of Odesa. The interrelationship of the system of poetic and pictorial images of M. Bozhiy's painting "My thoughts, my thoughts..." with Shevchenko's poetry is studied.

It is clarified that the supernatural (metaphysical) state of Shevchenko's poetic inspiration is expressed through the portrait and the natural environment of the panoramic landscape of his native land. The role of the Odesa landscape school in the creation of Kobzar's lyrical image is investigated. The relationship between the picture-panel and the sculptural monument is considered.

Practical meaning. The presented materials, their artistic and stylistic analysis and generalization can be used in scientific studies dedicated to the image of T. Shevchenko in visual arts and literature.

Keywords: Ukraine; painting; sculpture; literature; art criticism, romanticism; time; space; M. Bozhiy; A. Atzmanchuk; K. Filatov.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Тарасенко Андрій Андрійович, канд. мист., доцент, доцент кафедри теорії і методики декоративно-прикладного мистецтва та графіки, ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», ORCID 0000-0003-2739-3046, **e-mail:** btvt@ukr.net

Тарасенко Ольга Андріївна, д-рка мист., професорка, професорка кафедри образотворчого мистецтва, ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», ORCID 0000-0002-3775-4899, **e-mail:** oa_tarasenko@ukr.net

Сікорська Вікторія Юріївна, канд. філол. наук, доцентка, завідувачка кафедри довузівської підготовки факультету по роботі з іноземними студентами, Одеський національний морський університет, ORCID 0000-0001-7278-8464, **e-mail:** sikorskavika1003@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Тарасенко А. А., Тарасенко О. А., Сікорська В. Ю. Поет і природа: Хронотоп. Тарас Шевченко в мистецтві Одеси. 1960-ті роки. Європейський контекст. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 164–176.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.14>

Citation APA: Тарасенко, А. А., Тарасенко, О. А., Сікорська, В. Ю. (2023) Поет і природа: Хронотоп. Тарас Шевченко в мистецтві Одеси. 1960-ті роки. Європейський контекст. *Art and design*. 3(23). 164–176.

УДК [391+051/
055.2](438.32)
»18/19»

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.15.

ЦИМБАЛА Л. І.

Львівська національна академія мистецтв, Львів, Україна

МОДА В УКРАЇНСЬКИХ ЖІНОЧИХ ЧАСОПИСАХ ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ 50-х – 60-х РОКІВ ХХ СТ.: ФЕНОМЕН «ВИШИВАНИХ ВЕЧЕРНИЦЬ»

Метою наукової розвідки стало окреслення особливостей формування модних тенденцій та трансляції етно традицій в публікаціях провідних жіночих журналів Північної Америки впродовж 50–60-х рр. ХХ ст., кореляція еволюції моди в колі українського жіноцтва з етно модою тогочасної Радянської України та світовими модними тенденціями.

Методологія ретроспективного опису та компаративного аналізу у науковій розвідці використана для виявлення особливостей формування феномену «вишиваних вечериць» саме в колі жіноцтва української діаспори Північної Америки і саме завдяки поширенню через жіночі часописи.

Результати дослідження дають змогу простежити хронологію популяризації феномену «вишиваних вечериць» в українських громадах Північної Америки у 50–60-х рр. ХХ ст., еволюцію етно моди та стилістики ансамблів жіночого одягу, що популяризувалися у жіночій пресі, причини і наслідки явища в поступі української моди в діаспорі та виявлення локального та загальноукраїнського контексту. Жіночі часописи, які активно розпочали свою діяльність у жіночих політичних і громадських осередках Північної Америки у повоєнний період («Жіночий світ», «Жінка у світі», «Наше життя», «Промінь»), окрім продовження «плекання традицій української культури», стали важливим майданчиком поширення модних тенденцій та популяризації нових віянь світової та української етно моди, сприяли появі та розповсюдженню феномену «вишиваних вечериць» (модних показів) у колі прогресивного українського жіноцтва.

Наукова новизна розвідки полягає у введенні в науковий обіг феномену «вишиваних вечериць», унікального явища в середовищі українського жіноцтва Північної Америки та важливого у формуванні цілісної моделі історії української етно моди.

Практична значущість роботи полягає у можливостях використання результатів дослідження у формуванні цілісної картини розвитку української етно моди післявоєнного періоду як в діаспорі, так і в Радянській Україні, тяглості трансляції традиційного українського мистецтва в сучасному українському дизайні.

Ключові слова: українська мода; етно мода; традиційна вишиванка; модні покази; жіночі часописи Північної Америки; вишивані вечериці.

Вступ. Українські жіночі часописи, що набули широкого розповсюдження в Україні, і в Галичині зокрема, у період між двома світовими війнами («Наша хата», «Жіноча доля»), у повоєнний період стали провідним засобом продовження славних традицій плекання культури та традицій українського жіноцтва за океаном.

Зокрема, це «Наше життя», «Жіночий світ», «Промінь», «Жінка у світі» та інші локальні видання США та Канади. Окрім політичних, літературних та критичних статей в обов'язкових рубриках часописів, що підтримувалися різновекторними у політичній площині жіночими організаціями

– Союзом Українок Америки, Організацією Українок Канади ім. Ольги Басараб, Лігою Українських Католицьких жінок Канади, – обов'язкові рубрики про плекання народних традицій та нові віяння моди.

Відтак на шпальтах популярних жіночих журналів, з одного боку, «плекаються славні українські традиції» і публікуються зразки традиційної вишивки з різних етнічних країв України, з іншого – з'являються зразки модних жіночих ансамблів одягу, декоровані вишивкою з настановами щодо пристосування народного мистецтва до актуальної світової моди.

Феномен зберігання, колекціонування та новацій у контексті презентації вишиванок як маркера українськості у середовищі північноамериканської діаспори сприяли формуванню унікального явища – «вишиваних вечерниць», тобто презентації авторських вишиванок у громаді, а українські жіночі часописи стали потужним інструментом популяризації цього явища не лише в колі північноамериканського жіноцтва, а й серед українських жінок у світі загалом, що і формує **актуальність** нашого дослідницького дискурсу. Ще один важливий фактор, що спонукає до критичного аналізу цього явища в українській громаді Північної Америки, – кореляція актуальних тенденцій етно моди 50-х-60-х у колі українського жіноцтва діаспори з тогочасними світовими модними тенденціями етно моди та паралельними процесами в Радянській Україні.

Аналіз попередніх досліджень. До проблематики наративів українських жіночих часописів, що актуалізувалися на початку ХХ ст. із формуванням жіночих політичних, релігійних і громадських організацій, спілок та активного жіночого руху у ХХ ст., звертаються сьогодні дослідники з різновекторного фокусу: історичного, політичного, культурологічного, мистецтвознавчого. Форма і зміст жіночих часописів – ілюстрація відомого «zeitgeist» – духу доби, виміру часу в усіх його проявах – політичному, культурному, просвітницькому, і у прояві модних тенденцій зокрема. Слід зауважити, що дослідження жіночого руху та особливостей формування наративів провідних українськомовних, польськомовних і російськомовних жіночих часописів, що активно розвивалися в Галичині у період між двома світовими війнами, достатньо повно представлене в українській науковій думці, зокрема після 1991 року: суспільно-мистецькі жіночі часописи («Нова хата»); сімейні («Лада», «Русалка», «Очаг», «Жіноча доля») та суспільно-політичні для феміністок («Жіноче діло», «Жіночий голос», «Жінка») [1,

383]. Саме цільова аудиторія, на яку скеровувалися жіночі часописи, сформувала виразні типологічні групи рубрикації відомостей про моду та представлення модних тенденцій для «елітарного» чи «традиційного» споживача, про що свідчать наукові розвідки про моду Христини Астапцевої [1], Дзвінки Вобробкало [9]. Відомий часопис «Нова хата», або журнал для інтелектуального жіноцтва став об'єктом численних наукових розвідок, зокрема в контексті проблематики популяризації народного мистецтва, народознавчих студій [10], мистецьких ціннісних орієнтирів [9].

Відомості про активну діяльність редакторок жіночих модних часописів Лідію Бурачинську, Софію Кісильовську, що починали свою активну громадську діяльність в Україні та продовжували в діаспорі, подають у своїх наукових розвідках Галина Стельмащук [20], Наталія Левенець-Когуська [13; 14]. З численних біографічних довідок дізнаємося про особливості громадської діяльності, громадської позиції відомих представниць українського жіночого руху. Важливим сегментом, зокрема, в контексті тяглості наративів журналів для жіноцтва, вважаємо значення діяльності Олени Кісильовської, спочатку редакторки двотижневика «Жіноча доля» (1926-1939) в Коломиї, далі – у керівництві Світової фундації Українських жіночих організації (1948-1956) та популяризації часопису «Жіночий світ» (1950) у жіночих колах Північної Америки.

Лідія Бурачинська, відома редакторка жіночого часопису «Нова хата» (1926-1939) також активно продовжила плекання народних традицій в середовищі української діаспори в Північній Америці, зокрема редагуючи впродовж багатьох років відомий жіночий часопис «Наше життя. Our life». Активну громадську діяльність Лідії Бурачинської висвітлила Галина Стельмащук у науковій розвідці 1999 року на шпальтах далі прогресивного жіночого часопису «Наше життя» Союзу Українок Америки [20].

Значно менше наукових розвідок торкаються проблематики тягlosti традицій жіночих часописів у діаспорі. Жіночі часописи як складова української діаспорної періодики досліджують історики, політологи у контексті збереження та плекання національної ідентичності [2]. Панораму розвитку стилістики графічних обкладинок жіночих часописів північноамериканської діаспори, яку формували відомі українські митці Святослав Гординський, Мирон Левицький, Христина Кудрик та багато інших увів у дискурс української ідентичності в графічному дизайні Василь Косів, наголошуючи на спільних та відмінних рисах в поступі української журнальної графіки в Радянській Україні та діаспорі [11].

Окремі відомості хронологічного характеру, що торкаються зміни редакторської політики, фінансування жіночих журналів, подаються у ювілейних звітах діаспорних жіночих організацій: Союзу Українок Америки, Союзу Українок Канади, Ліги українських Католицьких Жінок Канади, Світового Форуму Українських жіночих організацій [3; 7; 11; 12].

Поza увагою дослідників залишилися імена активних діячок жіночого руху та поступу жіночої моди Савелії Стечишин, Іванни Зельської, Кемпе-Плавушак Віри Лаврівни на псевдо Віра Ке, Стефанії Цегельської на псевдо Лада, Євгенії Тріски, Софії Кушнір, Ірини Мельник-Юрчак та багатьох інших авторок, які не лише зацікавлювали читачок дотепними відомостями про новації в українській жіночій моді, цитували традиційні вишивки різних етно районів України, а й сформува-ли в середовищі українського жіноцтва властивий лише північноамериканській діаспорній культурі феномен «вишиваних вечериць». Ескізи суконь-переможниць «вишиваних вечериць» публікувалися в кожному числі того чи іншого жіночого часопису впродовж 50–60-х рр. ХХ ст., створюючи конкуренцію, а відтак і «боротьбу» за першість чи креативність,

поширюючи плекання народного мистецтва та трансляцію модних національних традицій в широких колах українського діаспорного жіноцтва.

Результати дослідження та їх обговорення. Фокус нашої наукової розвідки – феномен «вишиваних вечериць», що транслювався на шпальтах північноамериканських часописів 50-х–60-х рр. ХХ ст. з наголосом на унікальності цього явища та кореляцію з процесами в царині етно моди в тогочасній радянській Україні.

Мотивація звернення до традиційної вишиванки в модному одязі українського жіноцтва Північної Америки мала дещо інший характер, аніж настанови редакторок елітарного часопису «Нової хати» для українського галицького жіноцтва міжвоєнного періоду, які мали на меті *«ношу – виперту поступом цивілізації з села – заціпити в інтелігентському таборі», «приспособити до модерного вжитку»* [9].

Для численного жіноцтва українських громад, що здебільшого будувалися на засадах діяльності товариств при церквах, українських клубах, вкрай важливим стало через зберігання та колекціонування вишивки, народних святкових строїв, повсякденного одягу виявити свою національну ідентичність у мультикультурному середовищі Америки та Канади.

Ольга Федак, членкиня музейного комітету Ліги Українських католицьких жінок Канади, осередку в Едмонтоні, до 25-ліття організації згадувала: «Все таки жіноцтво продовжувало плекання деяких ділянок народної творчості, як вишивання, писання писанок на Великдень і декорування печива, як паска чи коровай. Вони вишивали тепер речі для свого вжитку і прикраси тут. Коли постали в Канаді українські жіночі організації, то вони взорувалися і піддержували цю ділянку і влаштовували курси та виставки, де виставляли речі, привезені з України і вже вироблені в Канаді. В тій праці жіночі організації багато користувалися журналом «Нова хата», що

виходив у Львові від 1925 до 1939 року і давав взори і зразки вишиваних речей з одягу та прикраси хати» [23, с. 78–79].

Відтак, в організації плекання національних традицій у побутово-звичаєвій культурі жінки в новому соціумі зверталися до одного з провідних жіночих часописів міжвоєнного періоду – «Нової хати». Численні новостворені жіночі організації колекціонують вишиванки, формують музейні експозиції та ініціюють виставки традиційного українського строю з різних українських етно районів з ідеєю збереження власної ідентичності.

Ще до другої світової війни, на другому з'їзді Союзу Українок 1927 року виступала Савеля Стечишин: «Тривогу серед українок викликало було те, що на канадійських виставах ручних робіт, що організували Кенедієн Генді Крефт Гилд, знаходились українські вишивки під відділом російських ручних робіт. Цю опінію Союз Українок переборював і зліквідував тим, що організація почала брати участь у таких всеканадійських виставах, даючи щонайкращі вибрані вишивки і тканини» [19].

Як бачимо, проблематика селянського та міського елітарного в жіночій моді Галичини 20–30-х рр. замінюється в середовищі української діаспори повоєнного періоду проблематикою національного маркера та кореляції етнонаціонального в іншому соціокультурному середовищі.

На допомогу українському діаспорному жіноцтву, не лише у контексті зв'язку з Великою Україною, а й у поступі активного громадського життя та естетики побуту створюються та активно популяризуються жіночі часописи.

Як згадує Степанія Бубнюк, редакторка провідного часопису Союзу Українок Канади у 80-х рр. ХХ ст.: «Організація Українок Канади після ведення впродовж років своєї окремої сторінки в «Новому шляху» зважилася 1950 року на сміливий крок і почала видавати свій власний журнал «Жіночий світ» (перше число в січні 1950)...

Велике признание належить першим редакторкам – Калині Кандибі Лазор і д-рці Ніні Синявській, вони ж бо поклали перші основи щодо змісту й адміністрації «Жіночого світу», далі я як наслідниця (Степанія Бубнюк) та за мною редакторка Ярослава Зорич йшли вже більш-менш уторованим шляхом...» [3, 86]. Серед завдань журналу, подібно до гасел жіночих часописів міжвоєнного періоду, авторка вказує на провідну мету – «зберігати і плекати українські культурні цінності в Канаді» [3, 86].

З перших номерів у часописі формується послідовна рубрика «Вишивка», де публікуються на зразок «Нової Хати» зразки традиційних вишиванок з різних етно регіонів України та подаються ескізи пристосування традиційної орнаментики до модних форм тогочасного жіночого одягу. Ескізи вишивок і костюмів представляла у 50-х рр. Іванна Зельська, а далі – у 60-х відома – дослідниця традиційної української вишивки Катерина Антонович.

Рубрикою «Українські вишивки» відзначався з перших років створення (1944) провідний жіночий часопис Союзу Українок Америки «Наше життя». Авторство ескізів модних вишиванок на шпальтах «Нашого життя» потребує окремого дослідження. З початком 50-х рубрику ілюстрували відомі жінки-мисткині – Кемпе-Плавуцка Віра Лаврівна на псевдо Віра Ке, Софія Цегельська на псевдо Лада та Євгенія Тріска. Прикметно, що від кінця 1950-х рубрика «Українські вишивки» в часописі «Наше життя» замінюється сторінкою «Із вишиваних вечерниць».

Звідки походить термін «вишивані вечерниці» (англ. «embroidery parties», «embroidered dancing parties») і в чому полягає цей феномен серед українського діаспорного жіноцтва? «Покази вишиваного вбрання», «Модні покази: Fashion Shows» – митецькі акції, про які довідуємося з української жіночої преси діаспори на початку 50-х рр. ХХ ст. При чому свідомо використовуємо термін «вечерниці», а не

«вечорниці» згідно вживаного в українській діаспорній пресі діалекту та мови публікацій.

Жіночі гуртки, зокрема секції вишивки, в яких старше покоління знавців-майстринь з України навчало свідому українську молодь в діаспорі, спричинилися до потреб репрезентації своїх здобутків у громаді. Відтак перші непрофесійні (стихійні) покази модного вишиваного вбрання проводяться в українських церковних інституціях, де формується українська громада.

Так, один з найдавніших показів модних вишиванок в діаспорі зафіксований в хроніках Ліги Українських католицьких жінок Канади 1951 року як «Fashion Show» при катедрі Св. Івана в Едмонтоні (іл. 1). Серед організаторок показу – Ольга Семчук – майстриня народної вишивки та організаторка жіночого гуртка вишивки при церкві.

Починаючи з 1953 року часопис «Наше життя» на сторінці «Українські вишивки» періодично публікує світлини найрізноманітніших застосувань традиційних вишиванок до сучасної моди у жіночих громадах різних куточків світу, зокрема з осередків Аргентини, Бразилії. Назви модних показів вишиванок, адаптованих до сучасної моди, як і мотивації в певній локальній українській жіночій громаді, різняться, але популяризація цього явища серед усього діаспорного жіноцтва за посередництвом жіночої періодики стає всеохопною. Відтоді починається своєрідне двадцятирічне змагання між жіночими організаціями, громадами за першість у проведенні «вишиваних вечерниць», отриманні призів, премій і, звичайно, отриманні найвищої нагороди – публікації в жіночих часописах «Наше життя», «Жіночий світ», «Промінь» та інших локальних виданнях.

Перші «вишивані вечерниці» (а саме конкурс модних ансамблів вечірнього одягу за вказаною назвою), що дали початок загальному розповсюдженню явища в Північній Америці, відбулися в українській громаді Ліги українських католицьких жінок Канади (Едмонтон, провінція Альберта,

Канада). Після публікації відомостей про «Едмонтонські вечерниці» в часописі «Наше життя» 1955 року спостерігаємо поживлення та наслідування модних показів, своєрідний багаторічний літопис «вишиваних вечерниць» в жіночій пресі Північної Америки (іл. 2, 3).

Покази вишиваного вбрання організувалися за зразком тогочасних модних показів у провідних торговельних центрах, як, наприклад, відома компанія Гадсонз Бей у Канаді. Очевидно, організація показів при залах українських церков виглядала значно скромнішою, але зацікавлення серед української громади – всеохопне: «До конкурсу стануло 28 осіб із сукнями, блюзками і дитячим убранням» [17, с. 12]. Важливими у показах були коментарі до моделей, зокрема у показі 1955 р. в Едмонтоні народне вбрання пояснювала Ірина Павликовська та Олена Федак, а серед журі конкурсу – поважні члени громади на чолі з відомим митцем Юліаном Буцманюком. Усі представлені моделі журі визначили як зразкові та не призначили окремих нагород, натомість інформацію про подію та світлини публікували одночасно в усіх діаспорних жіночих часописах Північної Америки.

У вересні 1958 року на шпальтах «Нашого життя» вперше з'являється сторінка з назвою «Вишивані вечерниці». Дописувачка за підписом Л. Б. (ймовірно, Лідія Бурачинська) вказує: «Щораз частіше читаємо про такі імпрези. В попередньому числі подали ми світлину такого показу, що його влаштував Музейний комітет Ліги Українських Католицьких Жінок в Едмонтоні. На світліні бачили ми сім моделей жіночих суконь, з яких кожен продумано й естетично примінено народню вишивку. Світлина така виразна, що зариси крою, ширина й характер взору добре відзначаються...» [4, 13]. Також авторка у дописі згадує про подібні імпрези, проведені в Аргентині, вказуючи на важливості «примінення» традиційної вишивки до сучасного вбрання. Продовжує Лідія Бурачинська аналізом «вишиваних

вечерниць» у жіночих осередках союзу Українок в Америці: «Та не тільки українки в Канаді й Аргентині, дбають про такі імпрези. Союз Українок Америки вже давно

влаштовує їх, тільки, на жаль, не подав досі ні однієї світлини! У відділі 22 СУА в Чикаго вишивані вечерниці вже стали традиційними...» [4, с. 13].



Іл. 1. Модний показ «Fashion Show». ЛУКЖК. Едмонтон, 1951



Іл. 2. Софія Батицька в сукні-переможниці конкурсу «Вишивані вечерниці», Едмонтон, 1955



Іл. 3. Із показу народного вбрання в Едмонтоні, 1955. *Наше життя*, грудень, 1955. С. 5

Наступні сентенції Лідії Бурачинської окреслюють настанови чи вектори популяризації феномену «вишиваних вечерниць» у різних колах українського жіноцтва: «Ці почини вказують на те, що перегляд вишиваного вбрання конечний у кожному нашому центрі. Наше жіноцтво розвинуло свій естетичний змісл настільки, що вміє орудувати рідною вишивкою дуже добре. Це допомагає йому вирізнитись з-посеред маси. І показує нашій молоді скарби нашої народньої культури, яких вона досі не могла пізнати. Чи не варто би призадуматися і іншим нашим центрам над такими імпрезами?... вирізнені сукні треба конче

закріплювати на світліні. Так вони запрезентуються усім нашим читачкам і свідчитимуть про смак і традицію українського жіноцтва» [4, 13].

Відтак, з початком 60-х на шпальтах жіночих часописів не лише «пропонуються» зразки вишивок для «примінення» у сучасному одязі, а й публікуються світлини переможниць поважних конкурсів та ескізи вечірніх і повсякденних суконь. У часописі «Наше життя» актуалізуються замальовки ансамблів жіночого одягу мисткинь Софії Цегельської (псевдо Лада) та Євгенії Тріски, які, окрім висвітлення тематики актуальної жіночої моди, безпосередньо проектували строї та

брали участь у модних показах. Примітно, що завжди під світлинами чи замальовками

вказувалися імена переможниць конкурсів та авторок модних убрань (іл. 4–6).



Іл. 4. Із вишиваних вечерниць. *Наше життя*. Січень, 1961. С. 21



Іл. 5. Софія Цегельська (Лада). Із вишиваних вечерниць. *Наше життя*. Вересень, 1961. С. 21



Іл. 6. Софія Цегельська (Лада). Із вишиваних вечерниць. Карнавальні сукні. *Наше життя*. Грудень, 1962. С. 21



Іл. 7. Із вишиваних вечерниць у Дітроїті. *Наше життя*. Червень, 1961. С. 29

Так, представляючи моделі переможниці вишиваних вечерниць у Чикаго та Детройті на початку 1961 (іл. 4), Софія Цегельська ескізує модні на той час силуети жіночого вечірнього плаття облягаючого силуету з дзвоникоподібною формою спідниці, що гармонізуються контрастними поєднаннями ахроматичного білого та чорного тонів. У першому прикладі стрічки чорної вишивки з дрібних мотивів руж розташовуються двома смугами по переду сукні, підкреслюючи плавні лінії силуету

плаття, а контрастна підтримка білого і чорного підтримується модним аксесуаром – довгими рукавичками. На контрасті – наступна модель з Детройта будується на поєднанні основи плаття з важкого чорного шовку з широкими білими шифоновими рукавами, всіяними вільно розташованими квітковими мотивами. Тут можемо провести прямі аналогії з формою та кроєм традиційного українського строю і використанням вишивки не лише в якості декоративного елементу, а й конструктивного.

Нова мода на початку 60-х диктує вкорочення жіночих суконь до довжини коліна (іл. 5). Приталені Х-подібні силуети чітко окреслюються гострими прямокутними чи V-подібними вирізами, що підкреслюють крій плаття. Примітно, що представляючи моделі вечірніх суконь українських жінок з різних куточків світу: Лондона, Торонто, Філадельфії, Лада наголошує на проявленні високого смаку наших жінок у застосуванні вишивки. Вишивка у вказаних прикладах виступає своєрідним акцентом крою плаття, розмежовуючи конструктивні особливості рукавів, форми вирізу, талії тощо. Звідси – вишивка стає не лише декоративним елементом, що наслідує форму, а й стає формотворчою. В окремих випадках на початку 60-х у формах та силуетах вечірніх суконь з «вишиваних вечерниць» зберігається класичний силует довгого плаття з різноманітними модифікаціями форм вирізів, які оздоблюються смужками вишивки. Тут вишивка виконує виключно декоративну функцію (іл. 6).

Редактори і редакторки модних часописів не забували також публікувати спільні світлини із кожних проведених «вишиваних вечерниць», стимулюючи таким чином активну діяльність і творчість українок у громаді (іл. 7).

Наступний важливий напрям публікацій модних суконь з «вишиваних вечерниць» із найвіддаленіших між собою жіночих осередків діаспори Лондона, Торонто, Філадельфії чи Буенос Айреса – прагнення до збереження української ідентичності усього світового жіноцтва за посередництвом моди. А мода, представлена в ансамблях-переможницях «вишиваних вечерниць» ілюструвала щодакдану загальносвітову зміну модних кроїв, силуетів, тканин і декору. Щоправда декор завжди інспірувався українською народною вишивкою.

Про важливість і цінність української вишивки у декорі модних ансамблів жіночого одягу в змаганнях «вишиваних вечерниць» пише у рубриці «Мода шукає» Євгенія

Тріска 1964 року: «Приємно бачити як молоді наші жінки змагаються у приміненні нашої вишивки до своїх туалет. Нераз виходять із того чудові моделі, що могли б сміло показатись на показах великого світу моди. Та, на жаль, демонструємо це все у своєму середовищі... Щасливий випадок (а лиш такі допомагають) міг би звернути увагу якогось великого і знаного творця моди на наш орнамент... сучасна мода має багато орнаментики, запозиченої зі Сходу. Чому не заступити її багатством наших мотивів? Для цього маємо всі дані – красу, уяву, смак і елегантність. Та ще й окрему місію – знайомити наше оточення зі скарбами нашої давньої культури» [22, с. 19].

Тут авторка слушно зауважує певний ізоляціонізм української моди в діаспорі, що обмежується вузьким середовищем українських громад в мультикультурному середовищі, вказує на важливість національних першоджерел, але з іншого боку – пропагує введення української моди у загальносвітовий контекст. І знову ж таки, модні часописи українського жіноцтва стають провідником вказаних прагнень.

1964 року в часописі «Наше життя» у рубриці «Українська вишивка» починають публікуватися зразки моделей модного одягу за етно мотивами, спроектовані в Радянській Україні: «В Україні щораз більше впроваджують тепер вишивку у щоденне вбрання. Коло того заходяться будинки моделей, вишивані моделі появляються в журналах. Видно, що замилювання української жінки до свого народнього мистецтва сильніше, як русифікаційні заходи влади» [5, 17].

Одними з перших на шпальти «Нового життя» 1964 року потрапляють ескізи відомої української мисткині Любові Панченко, яка 1965 року ще працювала у «дослідно-технічній швейній робітні у Києві», а також моделі, спроектовані у Київському будинку моделей та Львівському проєктному інституті. Високопрофесійний підхід до інтерпретації традиційного українського

одягу в сучасному одязі дизайнерами в Радянській Україні спричинив неабияке зацікавлення жіночої громади в діаспорі (іл. 8–10). У моделях щоденного літнього вбрання Любові Панченко (іл. 8), зокрема, спостерігаємо легкий невимушений підхід «вкраплень» смугастої вишивки гладдю, або ж мережки (на вибір) в окресленні модних

нагрудних форм та вирізів простих за кроєм суконь. У публікованих на шпальтах *Нашого життя* проєктах Київського будинку моделей, зокрема чорної вовняної сукні (іл. 9), модний силует «принцеса» артикулюється смугою вишивки по подолу центрального поля плаття, моделюючи доміную композиції.



Іл. 8. Моделі повсякденного жіночого одягу Любові Панченко. *Наше життя*. Липень-серпень, 1965. С. 21



Іл. 9. Зимова сукня, запроєктована у Київському будинку моделей. *Наше життя*. Жовтень, 1966. С. 17



Іл. 10. Моделі жіночих суконь, запроєктовані львівськими дизайнерками М. Пановою та О. Казимирською. *Наше життя*. Травень, 1968. С. 17

Креативність творчої думки проєктантів також полягає у пропозиціях різноваріантності застосування орнаментальних мотивів: «баранячих ріжок», запозичених із традиційного мистецтва Гуцульщини, або ж квіткової орнаментики Полтавщини чи геометризованих «руж» Поділля. У моделях Львівської школи, представлених на шпальтах *Нашого життя*, за проєктами М. Панової та О. Казимирської (іл. 10) модні форми жіночого плаття корелюються з джерелами «борщівської вишиванки» чи геометричними орнаментом Гуцульщини.

Особливою подією, яка чи не вперше продемонструвала спільність тенденцій розвитку етномоди і в Радянській Україні, і в діаспорі, стала відома Всесвітня виставка

ЕКСПО 1967 року в Монреалі до століття державності Канади, де в рамках українського тижня було проведено низку показів модного одягу. Це відкрило нову сторінку взаємин української діаспори з Великою Україною.

На шпальтах «Нашого життя», «Жіночого світу», «Променя» яскраво ілюструються здобутки українських жіночих організацій та особливо покази моделей модного одягу з Радянської України в межах «Експо 1967»: «Щойно тепер приступив Київський Будинок моделей до такого завдання. Вперше випровадив на ЕКСПО-67 у Монреалі стилізоване українське вбрання. Над ним працювали українські мистці і модельєри, черпаючи з багатой скарбниці

українського одягу. Їм пощастило подати справді різноманітну картину. Добре було, коли б це стало постійним завданням



Іл. 11. З Вишиваних Вечерниць 63 Відділу СУА у Детройті. Екран, рік VIII. Грудень, 1968

Будинків моделей, а не тільки для показу перед українцями Канади» [6, с. 17].



Іл. 12. Випускниці «Рідної школи», Клівленд, 1968. Екран, рік VIII, число 39–40. Травень-серпень, 1968



Іл. 13. Осінній бал «Вишивані вечерниці», 1 листопада 1969 р. Церква Св. Івана, Едмонтон. Промінь, рік XI, серпень-вересень, 1970, число 8–9. С. 23

Але в публікаціях, присвячених висвітленню вже відомих «вишиваних вечерниць», з'являються натяки на своєрідну меншовартість таких показів у загальнонаціональному та міжнародному дискурсі: «Рік 1967 був винятковим для нас, живучих у Канаді. Збіглися в ньому річниця і святкування особливі. Століття Канади, Світова виставка з українським тижнем, День молоді та світовий конгрес вільних українців. Усі ці події абсорбували увагу нашого громадянства сильніше, тому немов у тіні залишилися менші за розміром та засягом місцеві імпрези... поза виставкою і концертами показ модерної ноші, прикрашеної вишивкою...» [24, с. 17].

До кінця 60-х рр. жіночі часописи Північної Америки рясніють повідомленнями про «вишивані вечерниці» у кожному локальному осередку української громади (іл. 11), але з початком 70-х рр. спостерігаємо тенденції до певної нівеляції вказаного феномену у контексті глобалізаційних модних тенденцій. Місце «вишиваних вечерниць» перебирають міжнародні «Fashion shows», які уможливають введення модних українських вишиванок у контекст «всезагальної», світової моди. Обов'язковими залишаються локальні вечірні «бали» на зразок «вишиваних вечерниць» у локальних осередках курсів «Рідної школи», Великодніх чи Різдвяних прийнят та Осінніх Балів (іл. 12, 13).

Провідні мисткині, що висвітлювали українську моду в часописах, зокрема Ірина Мельник-Юрчак, у кінці 60-х намагаються далі пропагувати «вишивані вечерниці» на шпальтах «Нашого життя», модні покази далі інспірують активну українську молодь у діаспорі, але феномен «вишиваних вечерниць» починає втрачати креативність. Традиційна вишивка як глибинне джерело інспірацій та творчих інтерпретацій для митців починає набирати характеру шаблонного буквального цитування у формах повсякденного чи святкового жіночого одягу. Публікації ж про «вишивані вечерниці» в діаспорних часописах з креативного поступу популяризації українськості у моді перетворюються на пересічні фіксації копіювання «вишиванки». Ще одним фактором певної нівеляції феномену «вишиваних вечерниць» у діаспорі стали соціальні процеси доміанти мультикультурної ідентичності у Сполучених Штатах Америки та Канаді.

Так, зі звіту 25-ти років діяльності Союзу українок в Канаді в Едмонтонському осередку при церкві Святого Івана дізнаємося, що з 10-ти проведених осінніх балів у громаді українським присвячено два: «Перші два балі (1965, 1966) року були збагачені різновидною українською тематикою. В 1967 році... Комітет вирішив осінні балі інтернаціоналізувати... Для успіху майбутніх років вирішено влаштувати гавайські, німецькі, італійські, французькі та інтернаціональні балі з відповідним декоруванням, стравами, музикою, розвагами та костюмами, щоб усе це збагачувало національний настрій даного вечора» [24, 24].

Отже, навіть в українських громадах при українських церквах у 70-х рр. українська тематика вже не була пріоритетною. Українському соціуму в мультикультурному демократичному

суспільстві вже не потрібно виявляти свою національну ідентичність винятково через вишиванку. Відтак, і мультикультурне суспільство, і мультикультурна мода почали звертатися до загальносвітових модних тенденцій, що корелювалися із світовою модною індустрією, а «вишивані вечерниці» залишилися в історії українського жіноцтва Північної Америки унікальним феноменом збереження національної ідентичності в період становлення жіночого руху.

Висновки. Українські часописи для жіноцтва в Північній Америці «Наше життя», «Жіночий світ», «Промінь», що активно популяризували українську культуру, взоруючись на подібні видання для жіноцтва в Україні міжвоєнного періоду, стали рушійною силою формування феномену «вишиваних вечерниць» серед жіноцтва діаспори в локальних осередках української громади незалежно від політичних, релігійних чи соціальних вподобань. Публікації шанувальниць українського мистецтва, активних громадських діячок, мисткинь Лідії Бурачинської, Софії Цегельської, Євгенії Тріски на шпальтах часописів у 50–60-х рр. ХХ ст. стали механізмом популяризації української етно моди не лише в локальному контексті, а й серед українського жіноцтва у світі.

Дослідження публікацій про українську моду в жіночих часописах Північної Америки 50–70-х р. ХХ ст. окреслюють актуальні майбутні вектори наукових розвідок – взаємозв'язки діаспорної української моди з дизайном в Радянській Україні, стилістичні зміни української жіночої моди у контексті європейських та загальносвітових модних тенденцій, українська ідентичність у діаспорі через «модний образ» тощо, що суттєво доповнять цілісну картину не лише українських жіночих культурологічних студій, а й історію української моди ХХ ст. загалом.

Література:

1. Астапцева Х. Репрезентація моди на шпальтах жіночих часописів Львова (кінець ХІХ – перша третина ХХ ст.). *Наукові записки*. 2016.

Vol. 2, N. 53. P. 380–395 [Journal article (Paginated)]
URL: <http://eprints.rclis.org/33713/1/Astapteva.pdf>
(дата звернення 21.08.2023).

2. Біловус Л. Українськомовна періодика української діаспори США у збереженні національної ідентичності (1991–2017). Тернопіль, 2019.
3. Бубнюк С. «Жіночий світ» – журнал ОУК. *На службі рідного народу. Ювілейний збірник ОУК ім. Ольги Бесараб у 50-річчя від дня заснування* (156–1980). Друга частина. Торонто, 1984. С. 86–91.
4. Бурачинська Л. Вишивані вечерниці. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Вересень, 1958. С. 13.
5. Вишивка. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Січень, 1965. С. 17.
6. Вишивані сукні. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Березень, 1969. С. 17.
7. Віра Ке Примхи моди. Модні дрібнички. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Червень, 1958. С. 16.
8. Віра Ке. Нескінченна симфонія на тему моди. *Жіночий світ. Women's Word (Союз українок Канади ім. Ольги Басараб)*. Листопад-грудень, 1969. Ч. 11–12. С. 9.
9. Воробкало Д. «Нова Хата», або журнал для інтелегентного жіноцтва. URL: <https://photo-lviv.in.ua/nova-hata-abo-zhurnal-dlya-inteligen-nogo-zhinocztva/> (дата звернення 18.08.2023).
10. Дутка Р. Народознавча тематика на сторінках часопису «Нова Хата» 1925–1927. *Народознавчі зошити*. 2011. № 5. С. 884–903.
11. Косів В. Українська ідентичність в графічному дизайні 1945–1990 рр. К., 2019.
12. Кушнір С. Із вишиваних вечерниць 78 Відділу СУА у Вашингтоні. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Лютий, 1967. С. 37.
13. Левенець-Когуська Н. Дорогами сорокаріччя (1926–1966). *Союз українок Канади*. Гамільтон-Торонто-Вінніпег, 1967.
14. Левенець-Когуська Н. Півстоліття на громадській ниві. *Нарис історії Союзу Українок Канади (1926–1976)*. U.W.A.C. Едмонтон-Вінніпег, 1986.
15. Ліга українських католицьких жінок Едмонтонської Єпархії: Початки і діяльність. Ред. І. Павликовська. Едмонтон: Заходами і коштами Єпархіальної управи ЛУКЖ, 1967. 234 с.
16. Луцька О. Євгенія Тріска. Показ жіночого одягу у Львові. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Листопад, 1994. С. 27.
17. Показ народнього мистецтва в Едмонтоні. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Грудень, 1955. С. 12.
18. Членський чай відділу при кафедрі Св. Івана. *Промінь*, Рік XI. Червень – June, 1970. С. 22–24.
19. Стечишин С. Мистецькі скарби українських вишивок. Союз українок Канади. 1947.
20. Стельмашук Г. Лідія Бурачинська. Штрих до творчого портрета. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. New York, 1999. № 3. С. 5.
21. Стельмашук Г. Лідія Бурачинська – мистецтвознавець і етнограф. *Читання пам'яті Святослава Гординського: збір. наук. праць*. Львівська академія мистецтв. Кафедра історії і теорії мистецтва. Львів, 1999. Вип. 2/3. С. 238–244.
22. Тріска Є. Мода шукає. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Грудень, 1964. С. 17.
23. Федак О. Єпархіальний музей ЛУКЖ в Едмонтоні. *Для Бога, Церкви й народу. Ліга українських католицьких жінок Едмонтонської Єпархії в 1944–1964 рр. Початки і діяльність*. Едмонтон, 1964. С. 78–87.
24. Фестиваль у Дафні. *Жіночий світ. Women's Word (Союз українок Канади ім. Ольги Басараб)*. Лютий, 1968. С. 17.
25. Цегельська С. (Лада). Із вишиваних вечерниць. *Наше життя. Our Life (Союз українок Америки)*. Листопад, 1961.
26. Членський чай відділу при кафедрі Св. Івана. *Промінь*, Рік XI. Червень – June, 1970. С. 22–24.
27. Kostash William (writer and English Editor), Vasyi Niniowsky (Ukrainian editor). *Ukrainian Women's Association of Canada. St. John's Cathedral Branch. Edmonton, Alberta, 1979. С. 120.*
28. Frances Swyripa. *Wedded to the Cause. Ukrainian-Canadian Women and ethnic Identity (1891–1991)*. University of Toronto press, Toronto-Buffalo-London, 1991.

References:

1. Astaptseva, Kh. (2016). Rerezentatsiia mody na shpaltakh zhinochykh chasopysiv Lvova (kinets XIX – persha tretyna XX st.) [Representation of fashion in the columns of Lviv women's magazines (late XIX – first third of XX century)]. *Naukovi zapysky*, Vol. 2, N. 53, P. 380–395 [Journal article (Paginated)]. URL: <http://eprints.rclis.org/33713/1/Astaptseva.pdf> [in Ukrainian].
2. Bilovus, L. (2019). Ukrainskomovna periodyka ukrainkoi diaspory SSHA u zberezheni natsionalnoi identychnosti (1991–2017) [Ukrainian-language press of the Ukrainian diaspora in the USA in the preservation of National identity (1991–2017)]. Ternopil [in Ukrainian].

3. Bubniuk, S. (1984). «Zhinochy svit» – zhurnal OUK. *Na sluzhbi ridnoho narodu. Yuvileinyi zbirnyk OUK im. Olhy Basarab u 50-richchia vid dnia zasnovannia. (156–1980)* ["Women's world" – the journal of the Ukrainian Women's Organization of Canada. *At the service of the native people. Jubilee collection of the Ukrainian Women's Organization of Canada, named after Olga Basarab on the 50th anniversary of its founding*]. Part 2. Toronto, P. 86–91 [in Ukrainian].
4. Burachynska, L. (1958). Vyshyvani vechernytsi [Embroidered dancing party]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. September 1958. P. 13 [in Ukrainian].
5. Vyshyvka (1965). [Embroidery]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. January, P. 17 [in Ukrainian].
6. Vyshyvani sukni (1969). [Embroidered dresses]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. March, P. 17 [in Ukrainian].
7. Ke, Vira (1958). Prymkhy mody. Modni dribnychky [Fads of fashion. Fashionable trinkets]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. June, P. 16 [in Ukrainian].
8. Ke, Vira (1969). Neskinchenna symfoniia na temu mody [An endless symphony on the theme of fashion]. *Zhinochy svit. Womens Word. Ukrainian Women's Organization of Canada*. November-December, Part 11–12, P. 9 [in Ukrainian].
9. Vorobkalo, D. «Nova Khata», abo zhurnal dlia inteligentnoho zhinotstva ["Nova Khata", or a magazine for intelligent women]. URL: <https://photo-lviv.in.ua/nova-hata-abo-zhurnal-dlya-inteligentnogo-zhinocztva/> (Last accessed: 18.08.2023) [in Ukrainian].
10. Dutka, R. (2011). Narodoznavcha tematyka na storinkakh chasopysu «Nova Khata» 1925–1927 [Ethnological topics on the pages of the magazine "Nova Khata" 1925–1927]. *Narodoznavchi zoshyty*, №5, P. 884–903 [in Ukrainian].
11. Kosiv, V. (2019). Ukrainska identychnist v hrafichnomu dyzaini 1945–1990 rokiv [Ukrainian Identity in Graphic design (1945–1989)]. Kyiv: Rodovid. 480 p. [in Ukrainian].
12. Kushnir, S. (1967). Iz vyshyvanykh vechernyts 78 Viddilu SUA u Vashingtoni [From embroidered Dancing party of UNWLA Branch 78 in Washington]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. February, P. 37 [in Ukrainian].
13. Levenets-Kohuska, N. (1967). Dorohamy sorokarichchia (1926–1966) [Fortieth Anniversary (1926–1966)]. *Soiuz ukrainok Kanady [Ukrainian Women's Organization of Canada]*. Hamilton-Toronto-Winnipeg [in Ukrainian].
14. Levenets-Kohuska, N. (1986). Pivstolittia na hromadskii nyvi. *Narys istorii Soiuzu Ukrainok Kanady (1926–1976)* [Half a century on the public field. *An outline of the history of the Ukrainian Women's Organization of Canada (1926–1976)*]. U.W.A.C. Edmonton-Winnipeg [in Ukrainian].
15. Liha ukrainskykh katolytskykh zhinok Edmontonskoï Yeparkhii: Pochatky i diialnist. Red. I. Pavlykovska (1967) [Ukrainian Catholic Women's League, Edmonton Diocese: Beginnings and activities. Ed. I. Pavlykovska. Edmonton, 234 p. [in Ukrainian].
16. Lutska, O. (1994). Yevheniia Triska. Pokaz zhinochoho odiahu u Lvovi [Women's clothing show in Lviv]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. November, P. 27 [in Ukrainian].
17. Pokaz narodnoho mystetstva v Edmontoni. [Edmonton Folk Art Show] (1955). *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. December, P. 12 [in Ukrainian].
18. Chlenskyi chai viddilu pry katedri Sv. Ivana [Members' tea of the Department at St. John's Cathedral] (1970). *Promin*, Rik XI. June, P. 22–24 [in Ukrainian].
19. Stechyshyn, S. (1947). Mystetski ckarby ukrainskykh vyshyvok. *Soiuz ukrainok Kanady* [Artistic treasures of Ukrainian embroidery]. *Ukrainian Women's Association of Canada* [in Ukrainian].
20. Stelmashchuk, H. (1999). Lidiia Burachynska. Shtrykh do tvorchoho portreta [Lidia Burachynska. A touch to a portrait]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*, № 3, P. 5 [in Ukrainian].
21. Stelmashchuk, H. (1999). Lidiia Burachynska – mystetstvosnavets i etnograf [Lidia Burachynska – Art Historian, ethnographer]. *Chytannia pamiati Sviatoslava Hordynskoho*. Lviv, Vol. 2/3, P. 238–244 [in Ukrainian].
22. Triska, Ye. (1964). Moda shukaie [Fashion is looking for]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. December, P. 17 [in Ukrainian].
23. Fedak, O. (1964). Yeparhialnyi muzei LUKZh v Edmontoni. *Dlia Boha, Tserkvy i narodu. Liha ukrainskykh katolytskykh zhinok Edmontonskoï*

Yeparkhii v 1944–1964 rr. Pochatky i diialnist [Ukrainian Catholic Women's League of Canada, Diocesan Museum, Edmonton branch. *For God, the Church, and the people. Ukrainian Catholic Women's League of Canada. Edmontonian Diocese in 1944–1964. Beginnings and activities*]. P. 78–87 [in Ukrainian].

24. Festyval u Dafni. (1968) [Festival in Dafna]. *Zhinochyi svit. Womens Word. Ukrainian Women's Organization of Canada*. February, P. 17 [in Ukrainian].

25. Tsehelska, S. (Lada) (1961). Iz vyshyvanykh vechernyts [From the embroidered dancing parties]. *Nashe zhyttia. Our Life. Ukrainian National Women's League of America*. November, P. 17 [in Ukrainian].

26. Chlenskyi chai viddilu pry katedri Sv. Ivana. (1970) [The branch members' tea at St. Jhon's Cathedral]. *Promin*, Year XI, June, P. 22–24 [in Ukrainian].

27. Kostash, William (writer and English Editor, Vasyl Niniowsky (Ukrainian editor). *Ukrainian Women's Association of Canada. St. John's Cathedral Branch. Edmonton, Alberta, 1979. 120 p.* [in English].

28. Swyripa, Frances. *Wedded to the Cause. Ukrainian-Canadian Women and ethnic Identity (1891-1991)*. University of Toronto press, Toronto-Buffalo-London, 1991 [in English].

TSYMBALA L.

Lviv National Academy of Arts, Lviv, Ukraine

FASHION IN UKRAINIAN WOMEN'S PRESS OF NORTH AMERICA IN THE 50'S – 60'S: THE PHENOMENON OF "EMBROIDERY PARTIES"

Purpose of the scientific research is related to the features of fashion trends and the translation of ethnic traditions in the publications of leading women's magazines in North America during the 50s and 60s., correlation of diaspora women's fashion with the ethno-fashion in Soviet Ukraine and world fashion trends especially.

Methodology of the research has been based on the historical, analytical methods. The method of retrospective description and comparative analysis is use in case to identify the peculiarities of the phenomenon of "embroidery parties" within the women's culture of the Ukrainian diaspora in North America and precisely due to its distribution through women's magazines.

Results of the study trace the chronology of popularization of the phenomenon of "embroidery parties" in the Ukrainian communities of North America in the 50s and 60s., the evolution of ethnic fashion and the style of women's clothing ensembles, published in the women's press, the causes and consequences of the phenomenon in the Ukrainian diaspora's fashion and its identification in the local and all-Ukrainian context. Women's magazines, which began their activities in women's political and social centers of North America in the post-war period ("Women's World", "Woman in the World", "Our Life", "Promin"), in addition to continuing the "nurturing traditions of Ukrainian culture", became an important platform for the spread of new fashion trends and popularization of Ukrainian ethno-fashion, contributed to the the phenomenon of "embroidery parties " (fashion shows) within the Ukrainian women's organizations.

Scientific novelty. For the first time, the study reveals the embroidery parties, popularized in the women's magazines of North America in the 50–60-s as a phenomenon, unique to North American culture, but creative to all Ukrainian Ethnic Fashion discourse.

Practical significance of research lies in the possibilities of using the results in the comprehensive vision of Ukrainian ethnic fashion of the post-war period both in the diaspora and in Soviet Ukraine, the continuity of broadcasts of traditional Ukrainian Art in modern Ukrainian design.

Keywords: Ukrainian fashion; ethnic fashion; traditional embroidery; fashion shows; women's magazines of North America; embroidery parties.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Цимбала Лада Іванівна, канд. мист., доцентка кафедри Історії і теорії мистецтва, Львівська національна академія мистецтв, ORCID 0000-0002-2709-0283, **e-mail:** ladacymbala@lnam.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Цимбала Л. І. *Мода в українських жіночих часописах Північної Америки 50-х – 60-х років ХХ ст.: феномен «Вишиваних вечерниць»*. *Art and design*. №3(23). С. 177–190.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.15>

Citation APA: Цимбала, Л. І. (2023). *Мода в українських жіночих часописах Північної Америки 50-х – 60-х років ХХ ст.: феномен «Вишиваних вечерниць»*. *Art and design*. 3(23). 177–190.

УДК 75.03(510)+
75.042+75.043DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.16.

ЧЖАН Ч.

Харківська державна академія дизайну і мистецтва, Харків, Україна

**ФЛОРИСТИЧНА КОМПОЗИЦІЯ В КИТАЙСЬКОМУ
ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ ДОБИ ЦІН (1644–1912)**

Мета статті полягає у висвітленні історико-культурного підґрунтя у формуванні флористичних композицій, їх місця у жанрово-видовій системі китайського образотворчого мистецтва доби Цін; визначенні їх композиційних моделей та художні особливостей.

Результати. Розглянуто широке коло мистецьких творів з провідних музеїв КНР та України, виділено ті мистецькі галузі, які стали основними для розробки флористичних композицій та їх подальшої адаптації в інших видах та жанрах мистецтва; визначено провідних майстрів. Показано зародки та розвиток флористичної композиції від часів династії Тан (618–907) до епохи Цін (1644–1912), її розквіт та основні типи, що склалися за часів правління імператора Цяньлуна (1736–1795). Виявлені репрезентативні зразки розглянуто в широкому контексті релігійних традицій, політики маньчжурської династії, культури підношень і програми колекціонування рідкостей. Встановлено зв'язок виокремлення флористичного натюрморту в окремий жанр з розвитком садівництва та тенденції інтеріоризації пейзажу. Підкреслено, що незалежно від типу композиції та міри достовірності у передачі зображуваних предметів, натюрморт із квітами завжди несе доброзичливий зміст.

Наукова новизна. Визначено особливості формування флористичної композиції як результату інтеріоризації пейзажу, її двомірні та трьохвимірні різновиди – від сувою до ширми та мистецтва Penjing і декоративних композицій.

Практична значущість результатів дослідження полягає в можливості їх використання в розробці дизайнерських та художніх рішень, у якості концептуальної основи для розробки відповідних навчальних курсів, музейних експозицій, формування загальної картини еволюції живописних жанрів у класичному Китаї.

Ключові слова: мистецтво доби Цін; флористична композиція; натюрморт; жанр «квіти та птахи»; «квіти у вазі»; «квіти у горщику»; Penjing; мистецтво Китаю; семантика квітів; китайська кераміка.

Вступ. Процеси індустріалізації та пов'язана з ними урбанізація культури загострили проблеми стосунків людини та природи, стали імпульсом до розвитку екологічних напрямків у різних сферах людської діяльності. Усе це сформувало попит на мистецькі форми, пов'язані з образами природного середовища. Актуалізувався пейзаж як жанр живопису, мистецтво саду, популярності набули японські форми композиції з рослин (ікебана, бонсай). Художники, дизайнери, мистецтвознавці, культурологи звертаються до східноазійських мистецьких практик, побудованих на діалозі з природою і водночас сумісних із особливостями життєвого простору в сучасному місті.

Другим важливим фактором звернення до обраної теми стали й тенденції пошуку міжкультурного (і, зокрема, мистецького) діалогу, і в зазначеному сенсі флористичні

композиції є тим універсальним мотивом, який (попри розмаїття варіантів) простежується у багатьох культурах, його версії мандрують світом, доєднуються до місцевих практик, трансформуються, а потім повертаються в збагаченому вигляді. Тож актуальність дослідження цієї китайської традиції зумовлюється як загальнокультурними тенденціями розвитку, так і потребами сучасної мистецько-дизайнерської практики.

Аналіз попередніх досліджень.

Одним із перших компаративістських досліджень у зазначеній царині є низка публікацій та дисертація Юега Лай «Образ і символ квітки у мистецтві Китаю та Європи» [1–3]. Дослідником розглянуто семантику провідних у Китаї та Європі квіткових образів, релігійну і соціокультурну основу їх сприйняття. Аналізуючи значення квітів у загальній образно-змістовній структурі твору, автор

зосереджує увагу переважно на жанрі «хуаняо» (квіти та птахи) та буддистській іконографії, залишаючи поза межами досліджень такі явища, як пенцзін і форми квіткових натюрмортів.

Загальні питання розвитку китайського традиційного живопису розглядає у своїй статті Цао Гуан Юй «Традиційне китайське мистецтво: питання розвитку та особливості» [7]. Він окреслює основні відмінності китайської художньої традиції від європейської, подає стислі характеристики провідних тенденцій та здобутків у кожному історичному епоху. Характеризуючи розвиток живопису періоду Цін, дослідник подає різні точки зору. З одного боку, він трактує увесь період як час впливу західних концепцій мистецтва. Зокрема, він зазначає, що, починаючи з XVII ст., китайський живопис «зазнає все сильнішого впливу західних концепцій мистецтва. Цей вплив пов'язується, насамперед, із діяльністю італійського місіонера Лі Шан Ніна (1688–1770), який заснував новий стиль – «спільна яшма Китаю і Заходу». Завдячуючи йому, китайські майстри пензля вперше познайомилися з такими поняттями, як «світловий промінь», «світлотінь», «почуття простору» та ін. [7, с. 177]. Однак протилежна думка щодо визначального впливу європейського мистецтва, висловлюється автором у наступному узагальненні: «через відхилення від звичайної естетичної моделі зображення, ці нововведення важко сприймалися творчою інтелігенцією» [7, с.177]. Що саме було сприйняте учнями та послідовниками італійського майстра і що залишилося поза творчою практикою, дослідник взагалі не визначив.

Втім, не можна не погодитися, що постать і діяльність Джузеппе Кастільйоне є визначною для мистецьких процесів ранньої Цін. Саме цим і пояснюється увага до його творчості з боку мистецтвознавців як на Сході, так і на Заході. Серед найбільш вагомих досліджень творчості майстра, які стосуються проблематики запропонованої статті, відзначаємо низку публікацій Не Чжунчже [31–33].

Вченим підготовано каталог творів митця, докладно висвітлено його роботи у всіх жанрах. Приділяється й увага його флористичним композиціям. Загальна характеристика творів митця подається як синтез європейського та китайського живопису. Не вдаючись до детального аналізу досліджень творчості Кастільйоне, відмітимо статтю Р. Гена [12], у якій висвітлено основний науковий доробок у вивченні мистецької спадщини цього видатного майстра.

Стосовно мистецтва флористичних композицій, відзначимо, що більшість праць стосується переважно садових аспектів цієї галузі східного мистецтва, залишаючи поза увагою або торкаючись дуже побіжно її яскравої живописної та декоративно-ужиткової складової. Серед праць, що були використані для розуміння витоків та окремих форм цієї мистецької традиції – публікації Ху Юнхуа [16], У Шуцзін [35].

У контексті теми відзначимо й такі колективні історико-мистецтвознавчі публікації, як «Три тисячі років китайського живопису» [10], «Пишність імперського Китаю: скарби з музею Національного палацу, Тайбей» [15], та довідникові праці, зокрема – Словник китайської культури квітів [29], Лексикон з культури Китаю Е. Кайданьські [17].

Постановка завдання. Визначені актуальність та ступінь дослідженості проблеми, зумовили постановку завдання запропонованої розвідки: з'ясувати та висвітлити історико-культурні передумови формування флористичних композицій, визначити їх місце у жанрово-видовій системі китайського образотворчого мистецтва доби Цін; визначити провідні композиційні моделі та естетичні принципи.

Матеріали та методи дослідження. У статті використовуються методи контент-аналізу, систематизації та типологізації творів мистецтва. Їх семантичний аналіз та осмислення інтертекстуальних зв'язків спираються на праці Хірна Максвела К. [14, 15], Лай Юега та О. Тарасенко [18], С. Рибалко [5, 6, 24].

У роботі використані матеріали постійних та тимчасових експозицій китайського мистецтва Національного музею у Тайбей, Пекінського національного музею (Палац Гогун), Шанхайського національного музею, Музею Вікторії та Альберта (Лондон), Музею образотворчого мистецтва імені Богдана та Варвари Ханенків.

Результати дослідження. Для Східної Азії та китайської культури зокрема, притаманне ставлення до природи не лише як до вмістилища життєдайних сил, а й як до джерела творчого натхнення. Як поет вдається переважно до образів, пов'язаних із природним середовищем, так і художник вважає пейзаж найпершим серед усіх живописних жанрів. Виокремлення флористичних мотивів у жанрі «квіти та птахи» (хуа няо), який передбачав крупний, наблизений до глядача план зображення гілки дерева з птахами, або квітів з комахами, не в останню чергу відображав практику садівництва, яка давала можливість спостерігати красу природи зблизька. Цей жанр як різновид пейзажу, зберігає свої позиції у традиційному живописі й нині, однак поряд із ним поступово сформувалися й інші мистецькі форми, пов'язані з флористикою. Розглянемо їх послідовно.

Перш за все, відзначимо, що культивування рослин і, зокрема, квітів мало міцне підґрунтя у буддистській традиції. Згідно буддистській міфології, Будда Шак'ямуні народився у квітці лотосу, його найбільш відома мовчазна «промова» являла собою символічний жест, що вказував на лотос. У Східній Азії сліпучо-білі пелюстки квітки викликали асоціації з духовною чистотою. Тому лотос в китайському мистецтві – один із елементів буддистської іконографії, запозиченої з Індії, де один із поширених варіантів –

Будда на лотосовому троні (іл. 1). Відтоді зображення лотосів супроводжують й інших персонажів буддистського пантеону, як от картина на сувої «Гуаньїнь як Бодхісаттва Дев'яти Лотосів», що належить невідомому китайському майстрові (іл. 2). Лотоси у горщиках прикрашають храми; квіти, разом із фруктами використовуються як підношення. Таким чином, у Китаї квіти стали символізувати «чисті дари».

Звідси походить і мистецтво пенцзін (або пензай), яке часто в англійській та українській літературі називають японським терміном бонсай. Пенцзін як мистецтво флористичної композиції у горщику, виникло у Китаї і передбачало розмаїті варіанти – від карликових дерев, композицій із використанням рослин та каміння до складних пейзажів, що поєднували природні та штучні елементи [17]. Однією з найдавніших пам'яток, що зафіксувала це мистецтво, є розписи у гробниці принца Чжанхуая, що датується 7 ст. н. е. На фресці зображено служницю, яка несе керамічну неглибоку вазу із маленькими фруктовими деревами та камінцями (іл. 3, 4). Поширення практики вирощування та створення рослинних композицій у спеціальних кашпо, свідчить про процеси включення пейзажу у ціннісні характеристики інтелектуала-творця. Як відомо, у період династії Тан і П'яти династій¹ флористичні композиції із живих рослин стали окрасою кабінету, свідченням творчих та інтелектуальних здібностей господаря. У колах «інтелектуалів»² стає модним вирощування рідкісних сортів квітів, цінується вміння розбиратися у рослинах та різновидах каміння. Поширення цієї практики справило вплив і на розвиток кераміки, адже форма, у якій розташовуються рослини, мислилася як важлива складова усієї композиції.

¹ Період Тан (618–907) – доба розквіту середньовічного Китаю, «золота доба» культури, науки, економіки; період П'яти династій (907–960) – доба політичних заколотів, швидких змін правлячих династій, розколу країни на 12 (за традицією – 10) окремих державних утворень.

² «Інтелектуалами» у Китаї називали літераторів і вчених, які вели незалежний спосіб життя, культивували проведення часу у спілкуванні з друзями, насолодою квітами, вином, поезією, живописом. Цей ідеал шляхетного дозвілля поширився як у Китаї, так і в країнах, що перебували під його культурним впливом [5].



Іл. 1. Будда на лotosовому троні. Династія Пала, Східна Індія, бл. 1000 [19]



Іл. 2. Невідомий художник. Гуаньїнь як Бодхісаттва Дев'яти Лотосів. Сувій. Шовк, фарби. 1593 [13]



Іл. 3. Фреска з гробниці принца Чжанхуая. Сіань. 706 р. н.е. [11]



Іл. 4. Фреска з гробниці принца Чжанхуая. (Фрагмент). Сіань. 706 р. н.е. [11]



Іл. 5. Лі Сун (бл. 1190-1264). Альбом квітів. Шовк, туш, фарби. 26,1 x 26,3. Династія Сун. Національний музей-палац, Тайбей [22]



Іл. 6. Придворні мистці. Діяльність упродовж дванадцяти місяців: дев'ятий місяць. Сувій. Туш, фарби, шовк. 175 x 97 см. Династія Цін. Національний музей-палац, Тайбей [22]

У періоди правління династій Сун, Юань та Мін³ вази з квітами стають одним із предметів живопису. Як приклад можна навести аркуш з альбому доби Сун (іл. 5), на якому зображено плетену корзину з квітами, які символізують початок року: камелія, квіти сливи, нарциси та інші рослини вранішньої весни. Усі разом вони утворюють доброзичливий зміст, як побажання благополуччя, процвітання. Підношення сезонних квітів з доброзичливим підтекстом, стало традицією у Китаї, а їх розглядування, оцінка форми, аромату – елегантним засобом проведення вільного часу. Найбільшого розквіту милування квітами зазнало за часів Цін, особливо під час правління імператора Цяньлун. На тогочасному сувої невідомого майстра бачимо зображення чоловіків, які розглядають квіти у горщечках, або поспішають приєднатися до товариства (іл. 6).

Флористичні композиції користувалися попитом протягом року, звідси й увага до цього мотиву з боку майстрів різних галузей – від садівництва до живопису та декоративно-ужиткового мистецтва. Майстри-флористи приділяли увагу як композиції квітів – балансу розквітлих рослин, бутонів та листя, балансу кольорів та форм, пильно стежили, щоб ваза (або кашпо, горщик) за формою, матеріалом і розписом відповідали настрою і семантиці композиції. Предметом зображення служили як композиції з квітів у вазі, так і рослини, висаджені у ґрунт у спеціальних горщиках чи кашпо.

Колекціонування старожитностей стало додатковим засобом формування урочистої вишуканої композиції – квіти у поєднанні з антикварними речами, фруктами, овочами. Розвиток порцелянового виробництва і прагнення імператора Цяньлун⁴ підкреслювати

культурний зв'язок з китайською традицією, що мало стверджувати іноземну династію у якості правителів Піднебесної імперії, призвів не тільки до сплеску колекціонування, а й до копіювання старих взірців і наслідування стилям минулого. Запрошення імператором європейських митців лише на перший погляд протирічило його китаєцентричній позиції. Для Цяньлуна, який не відділяв політику від мистецтва, мистецькі твори унаочнювали розквіт Піднебесної імперії, яка саме при його правлінні безпрецедентно поширилася на нові території і, відповідно, до її складу увійшли нові етноси. Цяньлун презентував себе імператором як ханьців, так і маньчжурів, тибетців тощо [23]. В імперській картині світу він мислився батьком усіх народів, і західних – у тому числі. Активне залучення Цяньлуном європейських художників, мало демонструвати велич імперії, а їхні художні навички – прославляти та оприлюднювати пишність цінської династії.

Одним із таких запрошених майстрів був італієць Джузеппе Кастільйоне⁵, який прибув у Китай в 1677 році. Художник опанував китайський досвід, успішно працював у різних жанрах і розробив декілька композиційних схем натюрморту квітів у вазі, які, з незначними відмінностями, повторював сам та повторювали його учні і послідовники. Детальному висвітленню спадщини Кастільйоне у галузі натюрморту присвячена окрема розвідка автора цієї статті [8]. Тому, не удаючись до зайвих подробиць, відзначимо особливості розробленої італійським майстром моделі натюрморту – квіти у селадоновій вазі, яка відома за різноманітними повторюваннями (іл. 7). Художник розміщує вазу в абстрактному просторі фронтально. У своїй композиції він об'єднує

³ Доба Сун (960–1279) – новий період політичного об'єднання та культурного розквіту з центрами на півдні та Півночі. Доба Юань (1271–1368) – період правління династії Юань, заснованої онуком Чингісхана; період великого об'єднання країни, куди увійшли райони Сінцзянь, Юань, Тибет, заснування Пекіна. Доба Мін (1368–1644) – період правління династії Мін, що остаточно визначила Пекін столицею, час великого будівництва, розвитку торгівельних зв'язків, підйому економіки.

⁴ Імператор Цяньлун (1711–1799) – один з видатних представників маньчжурської династії Цін, поет, живописець, каліграф, полководець. Правив з 1736 по 1795 рік.

⁵ Джузеппе Кастільйоне (1688–1766) – італійський живописець, прибув до Китаю у складі католицької місії на запрошення імператора Кансі (1654–1722). Однак власне місіонерською діяльністю не займався: служив трьом імператорам на посаді придворного художника під ім'ям Лан Шині.

предмети, які несуть доброзичливий зміст (лотоси розквітлі та бутони, колоски, листя). Особливу увагу майстер приділяє передачі матеріальності вази.

Відродження при Цяньлуні порцелянового виробництва та культ порцелянових ваз, призвів до насичення матеріального середовища цими виробами (підтвердження можемо бачити у музейних колекціях світу і, зокрема, у колекції Музею образотворчого мистецтва імені Богдана та Варвари Ханенків). Відповідно, цілком природно, що в натюрмортах Кастільйоне та його учнів помітне прагнення точного відтворення тих чи інших типів фарфорових посудів. У зазначеному сенсі варто порівняти сосуди у натюрмортах із квітами Кастільйоне та вази з колекції Музею Ханенків, що їх наводить у своїй дисертації українська мистецтвознавиця О. Новікова [4]. Зокрема, помітне прагнення художника передати вазу якомога достовірно. Прикметно використання світла та тіні. Як добре відомо є два типи тіні: власна тінь предмету та тінь, що падає від самого предмету на площину. Перший тип дозволяє змодельовувати об'єм предмету, другий – створити ілюзію розташування у просторі. Кастільйоне використовує тінь лише для моделювання форми, у той час як оточення предмету не має типових для європейського натюрморту просторових координат з чітким виділенням горизонтальної та вертикальної площини, деталізації першого плану, постановочності, ознак присутності людини через прим'яту серветку, або розкрити кришечку годинника тощо. І, головне, відсутня тінь від предмету на площині. Предмет перебуває в умовному просторі, він самодостатній і, в такий спосіб, через сполучення ретельної передачі матеріальності та пластики предмету з умовним оточенням, перебуває на межі реалізму та символізму. Разом з тим, у трактовці простору присутні ненав'язливі ознаки глибини за

рахунок побудови предметів та їх розташування (ближче – далі).

Аналізуючи художню практику часів Кастільйоне та у наступні часи, нескладно помітити вплив італійського художника на розвиток натюрморту. По-перше, цьому сприяла сама організація творчого процесу у майстернях, які об'єднували придворних художників, що суттєво позначалося на технологічному обміні та передачі зображальних мотивів. Художники та ремісники різного рівня майстерності, знайомилися з роботами та прийомами колег, внаслідок чого їх твори демонструють ознаки взаємного натхнення. По-друге, була абсолютно прийнятною й практика безпосереднього копіювання схвалених імператором композицій як композиційно, так і пластично (іл. 8). Наприклад, твір «Квіти» Ай Цімен⁶ – ще одного європейського художника-місіонера – відтворює натюрморт Кастільйоне «Збір доброзичливих знаків». Це позначається у виборі та компоновці квітів (ті самі два рожевих лотоси – один напіврозквітлий, інший розкрив свої пелюстки повністю; тотожня комбінація великого та маленького листя), у тому самому типі вази, що покоїться на такій саме різьбленій дерев'яній підставці. Відмінності у двох натюрмортах спостерігаються у використанні більш насичених за тоном кольорів: там де в оригіналі біле з блідо-рожевим відтінком, або ледь блакитною тінню – в копії виразно рожеве та насичено сіро-блакитне. Прикметна й різниця у світлотіньовому моделюванні. Рельєфні кільця на вазі у трактовці Ай Цімен чітко окреслені по всій окружності, незалежно від переходу тіні в напівтінь. Те саме стосується й «великої тіні», що за інтенсивністю є однаковою як на верхній частині опуклої поверхні вази, так і на нижній. Вочевидь, принцип розташування світла та тіні на поверхні предмету на той час ще не були достатньо осмислені молодшим колегою італійського майстра.

⁶ Ай Цімен (1708–1780) – католицький місіонер з Богемії Ігнатій Зіхельбарт, прибув до Китаю у 1745 році. Разом із Кастільйоне працював художником при цінському палаці.



Іл. 7. Дж. Кастільйоне. Квіти у вазі. Сувій. Шовк, туш, фарби. 1723. Національний музей-палац, Тайбей [34]



Іл. 8. Ай Цімен. Квіти. Сувій. 105×60. Шовк, туш, фарби. Династія Цін. Приватна кол. [37]



Іл. 9. Невідом. майстер. Збір доброзичливих знаків. Сувій. 164 × 77,5. Шовк, туш, фарби. Бл. 1900. Приватна кол. [9]



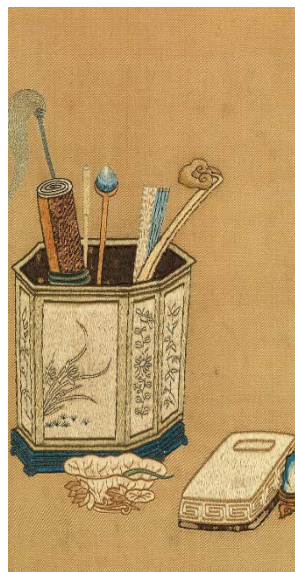
Іл. 10. Дж. Кастільйоне. Збір доброзичливих знаків. Сувій. 173 x 86,1. Шовк, туш, фарби. Національний музей-палац, Тайбей [8]



Іл. 11. Цзоу Ігуй. Хризантема та Ісінський чайник. Сувій. 82 x 38. Шовк, туш, фарби. Династія Цін. Приватна колекція [27]



Іл. 12-13. Квіти у вазі та предмети вченого. Панно. 63 x 36. Шовк, металізовані нитки, перли. 18 ст. [21]



Іл. 14. Чень Чжаофен. Ваза з квітами і чаша із золотими рибками. Сувій. 231,7 x 117,7. Папір, туш, фарби. Династія Цін. Національний музей-палац, Тайбей [22]

До сьогодні збереглися й близький за типом натюрморт Кастільйоне «Збір доброзичливих знаків» та його майже досконала копія початку 1900-х років (іл. 9, 10). Щоправда пізньоцінський майстер на свій розсуд змодельював порцелянову вазу, якій надав виразного блакитного кольору, тінь на селадоновій вазі перемістив на інший бік. Можна припустити, що виконавець цієї версії натюрморту опанував саме європейський живопис, тому він вільно, з розумінням принципу розподілу світла та тіні, моделює форму.

Присутність квітів в інтелектуальному житті Китаю, величезний корпус поетичних творів, що оспівують квіти, як вже відзначалося, зробили їх показником освіченості та вишуканого смаку. Тож подальший розвиток натюрморту цілком логічно відбувався за рахунок залучення інших предметів-маркерів інтелектуального життя, де завжди є місце для естетичного споглядання. Одним із таких прикладів є натюрморт, що належить пензлю Цзоу Ігуй⁷, де зображено пишні хризантеми на високих стеблах, чайничок з ісінської глини та дві піали, поставлені одна в одну (іл. 11). Зрізана гілка хризантеми, що замикає перший план, свідчить про те, що невидимий господар готується до частування дорогого гостя чаєм, оскільки це передбачало прикрашання кімнати сезонною рослинністю та приготування відповідного посуду. Мистецтво приготування чаю від часів Лу Юй вважалося у Китаї ознакою вченості.

У збереженій до сьогодні вишивці 18 ст. використано модель натюрморту «квіти у вазі», доповнену предметами з кабінету вченого (іл. 12, 13). Квіти розпускаються у синьо-білій вазі; шестикутний горщик для пензлів містить сувій, мухобійку, дві щітки,

складне віяло і скіпетр жуйї. Розташовані на передньому плані чорнильний камінь і підставка для пензля у формі гори, немов чекають на повернення майстра. На цьому красивому панно квіти вишиті дрібними перлами, а не білими нитками.

Вишукані композиції з живих квітів у порцеляновій вазі використовувалися як підношення імператору, або чиновникам і, відтак, сприймалися як ознака інтелектуальних задовольень та розкоші. У сувої художника пізньої Цін – Чень Чжаофен⁸ показано цілий набір «вишуканостей», гідних високої поетичної творчості та імператорських покоїв: висока порцелянова ваза, розписана гірськими краєвидами, гілки розквітлої гліцинії та персика, круглий акваріум із золотими рибками (іл. 14). Персик є символом довголіття, а гліцинія, ваза та золоті рибки візуалізують ідею «сприятливого світу у залах, переповнених багатством».

Дещо відрізнявся за композицією тип натюрморту, що представляв рослини у горщику чи кашпо. Як вже зазначалося, поширення практики садівництва та виокремлення мистецтва пенцзін, дозволяло прикрашати інтер'єри квітучими рослинами протягом року. Імператори доби Тан та П'яти династій популяризували посадку дерев та озеленення садів, що сприяло розвитку садівництва.

Аристократія та інтелігенція доби Сун вважали вирощування квітів та збір каміння одним із шляхетних занять. За часів династій Мін і Цін виробництво та оцінка пенцзін були безпрецедентно популярні з великою різноманітністю квітів та дерев (лісові дерева, квіти, листя, трави), а також із безліччю горщиків та чаш. Пенцзін можна умовно розділити на дві категорії, в залежності від його матеріалів та форм вираження: «гори-

⁷ Цзоу Ігуй (1686–1772), народився в Усі (пров. Цзянсу). Працював для імператорської родини. Провідними жанрами для нього є «квіти та птахи». Натюрморт у його творчості поступається за кількістю творів і водночас репрезентує наслідування композиційним та живописно-пластичним принципам Дж. Кастільйоне.

⁸ Чень Чжаофен (працював також під ім'ям Менці) працював за часів правління Тунчжі (1861–1875) та Гуансюя (1875–1908) наприкінці династії Цін. Маючи навички зображення птахів і квітів, він був художником у при дворі і дослужився до сьомого рангу. Прослуживши понад двадцять років, вийшов на пенсію у старості.

каміння» та «квіти-дерева». Художники минулих династій використовували живопис, щоб відтворити природу у квадратних

горщиках, наділяючи квіти та дерева естетичними відтінками та підвищуючи цінність художнього сприйняття.



Іл. 15. Західна рослина, що визначає час. Сувій. 136,6 x 88,6 см. Папір, туш, фарби. 1753. Національний музей-палац, Тайбей [8]



Іл. 16. Цзоу Ігуй. Рослини у горщику. Сувій. 125 x 65. Папір, туш, фарби. 1749 [28]



Іл. 17. Ю Чжидін. Вічнозелена рослина. Сувій. Шовк, туш, фарби. Між 1647-1709. Приватна колекція [20]



Іл. 18. У Чаншо. Котел Дін на тринозі. Сувій. 70,9 x 37,99 д Папір, туш, фарби. 1902. Музей провінції Чжецзян [26]



Іл. 19–22. Цзоу Ігуй, Джузеппе Кастільйоне. Квіти. Чотири панелі. Шовк, фарби [36]

Такий тип натюрморту передбачав уважну передачу ботанічних особливостей рослини, висаджену безпосередньо у кашпо або іншому спеціальному вазоні. Це фронтальне зображення, основне завдання якого

відтворити з майже енциклопедичними подробицями вигляд рослини, як можна бачити у натюрморті Джузеппе Кастільйоне (іл. 15). Доданий у композиційне поле текст, зміцнює інформаційну складову твору.

Щоправда, такі писемні вставки (колофони) не завжди належали авторові твору, а часто додавалися колекціонерами та іншими поцінувачами його таланту. У даному випадку текст належить імператорові Цяньлуню, який, як добре відомо, особливо відзначився такими «покращеннями». Дехто з дослідників пише, що він написав близько 4000 віршів для художніх творів⁹.

Композиційно схожий на твори Кастільйоне є й натюрморт із рослиною у горщику, що належить Цзоу Ігуй: те саме фронтальне розташування в умовному просторі з ретельно прописаними особливостями рослини та фактури посудини (іл. 16).

Набув поширення і більш складний варіант цього мотиву, який включав зображення крупного вазону з рослиною, розташованого на спеціальній підставці із сандалового дерева. Художник ретельно виписував як ботанічні прикмети рослини, так і візерунки (подекуди й цілі сюжетні сцени), які прикрашали посудину. Розвиток порцелянового виробництва позначився на посиленні декоративності, імпазантності флористичних композицій. Для тогочасного глядача живописні сувої із зображенням пенцзін (іл. 17) давали насолоду споглядання та можливість проявити вміння оцінити красу порцелянкової вази, її розпису, знання рослин, їх якостей та символики.

Поступово такий тип натюрморту набув більш ускладненої та урочистої композиції, у вертикальному просторі сувою вони розташовували два вазони (вище та нижче), або поєднували зображення квітів у вазі та рослини у горщику. Нерідко замість порцелянкової форми для букету та живих рослин, використовувалися ритуальні котли на тринозі, що додавало урочистої піднесеності (іл. 18). Одним із найбільш яскравих варіантів такого типу натюрморту служить серія з чотирьох композицій, розроблена Джузеппе Кастільйо-

не та його талановитим учнем і послідовником Цзоу Ігуй (іл. 19–22). Зображені предмети відтворені з максимальною достовірністю, і, водночас, завдяки яскравим, покритим щільно блакитною фарбою фонам, деталізовано промальованим візерункам та сценкам, що прикрашають порцелянові вази, контрастним кольорам, утворюють підкреслено декоративний ефект.

Поєднання в композиційному просторі обох моделій натюрморту з квітами – рослина в горщечку та букет у вазі, дозволяє ускладнити ритмічну структуру твору, зіставляючи різні за висотою, формою, об'ємами предмети. Зазначені якості зумовили використання цих натюрмортів у якості декорування розкладної ширми.

Винахідливість у мистецтві пенцзін демонструє горизонтальний сувій художника цінської доби Ван Ченпей¹⁰, який зафіксував цілу колекцію флористичних композицій у горщиках, де бачимо і карликові деревця, і квіти, що проростають у вишуканих порцелянових кашпо – високих, низьких, круглих, прямокутних, декорованих орнаментом або сюжетними сценами (іл. 23, 24). В одній з композицій використовується навіть морська мушля у якості горщика.

Прагнення розкоші та захоплення флористичними композиціями призвели до винайдення нового виду пенцзін – імітація композиції з живих рослин за допомогою дорогоцінних матеріалів – золота, срібла, нефриту, яшми, перлів та іншого дорогоцінного каміння. Цей вид малої скульптури також мав високі художні якості та використовувався в оздобленні палацу династії Цін, підкреслюючи пишність житлового середовища (іл. 25–28). На півночі, де чотири пори року бувають холодними або спекотними, квіти, плоди та рослини цих схожих на живі квіти композицій, приваблювали яскравістю та мали сприятливе значення, завдяки не тільки

⁹ Можна припустити, що частину з них написали його міністри за дорученням імператора

¹⁰ Ван Ченпей (?–1805) – художник Шоу Ши, який також відомий під псевдонімами Чун Нонг, Ши Чжай; народився в

Цяньтані, провінція Чжецзян. Зажив слави як поет, каліграф та живописець.

стійкій доброзичливій символіці квітів та фруктів, а й дорогоцінних матеріалів також¹¹.

Вони стали невід'ємною частиною придворної культури.



Іл. 23, 24. Ван Ченпей. Квітковий цикл довголіття. Горизонтальний сувій. 37,5 x 549,8. Папір, фарби. 18 ст. Національний музей-палац, Тайбей [30]



Іл. 25. Пара пенцзін. Перегородчаста емаль, нефрит, корал. Династія Цін, період правління Цяньлун. Національний музей-палац, Тайбей [25]



Іл. 26. Пара пенцзін. Нарциси. Нефрит, яшма, агат. Династія Цін, період правління Цяньлун. Національний музей-палац, Тайбей [25]



Іл. 27. Дерево сливи. Пенцзін. Династія Цін, період правління Цяньлун. Національний музей-палац, Тайбей [25]



Іл. 28. Лотоси. Пенцзін. Позолочена бронза, перегородчаста емаль. Сер. династії Цін. Національний музей-палац, Тайбей [25]

¹¹ Яшма, нефрит та багато ін. дорогоцінних каменів використовувалися у медицині, з них виготовляли амулети, вважалися символами здоров'я, сили, довголіття багатства.

Через високу цінність їх використовували як декор в інтер'єрі або у якості виразу поваги та дарунків. Прикметно, що композиції відтворювали у найдрібніших деталях зразки пензців: так само приділялася увага горщику, його матеріалу та візерункам, сама рослина показувалася з клубнями та камінцями у якості ґрунту, наче вона й на правду жива. Зазвичай такі композиції робили парними, щоб вони могли з обох боків обрамляти певний елемент інтер'єру.

Традиція таких штучних пензців зберігалася протягом усієї доби Цін аж до Сінхайської революції¹². Їх виготовляли різного розміру, як напольні композиції та мініатюри, що прикрашали письмовий стіл чи розташовувалися на поличці шапки у кабінеті. Найбільша та найкраща колекція взірців цієї галузі декоративного мистецтва, що була виготовлена під керівництвом Виробничого управління палацу Цін, зберігається у колекціях Палацового музею.

Висновки. Проведений аналіз фахової літератури та флористичних композицій доби Цін, дозволяє стверджувати, що натюрморт, який сформувався у класичному китайському живописі переважно як модель «квіти у вазі», мав принципово відмінні ніж у Європі витони та підґрунтя. Сформований в межах культури

«чистих дарунків», незалежно від релігійного чи світського призначення, він будується принципово як символічна композиція, що об'єднує сприятливі знаки «доброї вдачі». Розвиток натюрморту з квітами відбиває й культуру садівництва, яке за часів імператора Цяньлуна не тільки формувало затишні локації зі штучно утвореним краєвидом, а й носило характер колекціонування, що зумовлювало прагнення їх зафіксувати. У цілому протягом періоду Цін простежується поступове ускладнення обох типів флористичного натюрморту за ритмом та композиційною структурою, яка доповнюється предметами-символами інтелектуального життя. Ретельна передача порцелянового посуду як частини натюрморту, дорогоцінні матеріали, що використовувалися у гаптованих та пластичних версіях флористичних композицій використовувалися в організації предметно-просторового середовища, уособлювали блиск і пишність імператорського палацу, символізували розквіт імперії Цяньлуна.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні впливу та подальших трансформацій китайської флористичної композиції у художній практиці країн Східної Азії, їх семантичних та художніх особливостей.

Література:

1. Лай Юеге. Жанр хуаняо і букети бароко: метаморфози буття. *Art and Design*. 2019. № 3. С. 89–96. DOI: 0.30857/2617-0272.2019.3.9 (дата звернення: 06.06.2023).

2. Лай Юеге. Образ і символ квітки у мистецтві Китаю та Європи: дис. ... докт. філософії: 023. Одеса, 2020. 190 с.

3. Лай Юеге. Образ і символ квітучого дерева у мистецтві Китаю і Європи. *Art and Design*. 2019. № 2. С. 111–122. DOI: 10.30857/2617-0272.2019.2.11 (дата звернення: 06.06.2023).

4. Новікова О. В. Китайський фарфор в музеях України: історія колекцій та атрибуція творів: дис. ... докт. філософії: 023. Київ, 2023. 196 с.

5. Рибалко С. Б. З пензля ллються слова: літературні алюзії в образотворчому мистецтві Японії доби Токугава. *Всесвіт*. 2000. № 9–10. С. 155–168.

6. Рибалко С. Культурно-естетичні універсалії класичної Японії та їх відбиття в образотворчому мистецтві доби Токугава: автореф. дис... канд. мист.: 17.00.01. Харківська держ. академія культури, 2001. 20 с.

7. Цао Гуан Юй. Традиційне китайське мистецтво: питання розвитку та особливості. *Сходознавство*. 2007. № 39–40. С. 164–185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhodoz_2007_39-40_15 (дата звернення: 12.04.2023).

¹² Сінхайська революція 1911–1912 рр. поклала кінець правлінню династії Цін та призвела до утворення Китайської республіки (1912–1949).

8. Чжан Чже. Натюрморти Джузеппе Кастільйоне як синтез східної та західної традицій. *Art and design*. 2022. № 4 (20). С. 121–132. DOI: 10.30857/2617-0272.2022.4.11 (дата звернення: 11.04.2023).
9. Assembled Blessings. Philadelphia museum of art. URL: <https://philamuseum.org/collection/object/48990> (дата звернення: 21.07.2023).
10. Barnhart Richard M. et al. Three Thousand Years of Chinese Painting. New Haven: Yale University Press; Beijing: Foreign Languages Press, 1997. 402 p.
11. Dwarf Potted Trees in Paintings, Scrolls and Woodblock Prints. URL: <https://www.magimiland.org/Paintings/ChinaPortrayals.html> (дата звернення: 25.07.2023).
12. Geng R. Study on Giuseppe Castiglione, a Court Painter in the Qing Dynasty. *Open Journal of Social Sciences*. 2021. № 9. P. 193–203. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.99014> (дата звернення: 10.12.2022).
13. Guanyin as the Nine-Lotus Bodhisattva. URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/41472> (дата звернення: 25.07.2023).
14. Hearn Maxwell K. How to Read Chinese Painting. New York: Metropolitan Museum of Art, 2008. 173 p.
15. Hearn Maxwell K. Splendors of Imperial China: Treasures from the National Palace Museum, Taipei. New York: Metropolitan Museum of Art, 1996. 144 p.
16. Hu Yunhua. Chinese penjing: Miniature trees and landscapes. Portland: Timber Press, 1987. 128 p.
17. Kajdański E. Chiny. Leksyko n. Warszawa: Książka i Wiedza, 2005. 416 s.
18. Lai Yuege, Tarasenko O. A. The image of lotus and lily in the art of China and Europe. *The European Journal of Arts*. 2020. № 1. С. 138–143.
19. Lotus throne. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Lotus_throne (дата звернення: 25.07.2023).
20. Painting Gallery of Yu Zhiding. URL: <http://www.chinaonlinemuseum.com/gallery-yu-zhiding.php> (дата звернення: 25.07.2023).
21. Panel with Flowers in Vase and Scholar's Objects. URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/74103> (дата звернення: 25.07.2023).
22. Pure Offerings of a Myriad Plants: Paintings on Flower Vases and Potted Scenes. URL: <https://theme.npm.edu.tw/exh107/MyriadPlants/en/page-1.html> (дата звернення: 18.07.2023).
23. Qianlong Emperor. Facts and details. 2021. URL: <https://factsanddetails.com/china/cat2/sub4/entry-5502.html> (дата звернення: 10.06.2023).
24. Rybalko S. Japonisme in Ukrainian arts of the late XIX-early XXI centuries. *Cultural bridges: collections-encounters-inspirations*. Torun: Polish Institute of world art studies & Tako Publishing House, 2019–2020. № 7–8. P. 221–241.
25. The bonsai of the Forbidden City in Qing Dynasty, stunning the world. URL: <https://min.news/en/culture/b4c95ce2b25897053eb7d5673f92ba0a.html> (дата звернення: 25.07.2023).
26. Truong A. Tracing the Past, Drawing the Future: Master Ink Painters in 20th-Century China. 12 Jan. 2010. URL: <http://www.alaintruong.com/archives/2010/01/12/16489515.html> (Last accessed: 2.08.2023).
27. Zou Yigui URL: <https://www.invaluable.com/auction-lot/zou-yigui-203-c-e7049c3862> (дата звернення: 2.08.2023).
28. Zou Yigui. *ArtNet*. URL: https://www.artnet.com/artists/zou-yigui/penhuitu-lizhou-7Uh5VeCg8SU5SY_4bcGnBw2 (дата звернення: 24.08.2023).
29. 闻铭, 周武忠, 高永青 中国花文化辞典 黄山书社, 2000 [Вень Мін, Чжоу Учжун, Гао Юнці. Словник китайської культури квітів. Видавництво Хуаншань, 2000. 705 с.].
30. 《画万年花甲》清.汪承霈.清乾隆时期绘卷.台北故宫博物院藏 [Живопис шістдесятих років Ваньянь. Династія Цін. Ван Ченпей. Сувій. Картини періоду Цін Цяньлун. Колекція музею-палацу Тайбея]. URL: <https://www.cangkus.com/others/thecivilization/14310.html> (дата звернення: 25.07.2023).
31. 聂崇正. 郎世宁全集 1688-1766 上卷. 天津: 天津人民美术出版社. 2015. 240页 [Не Чунчжен. Повне зібрання творів Кастільйоне (1688–1766). Том 1. Тяньцзінь: Тяньцзіньське народне образотворче мистецтво, 2015. 240 с.].
32. 聂崇正. 中国巨匠美术丛书—郎世宁. 北京: 文物出版社. 1998. 33页. [Не Чунчжен. Серія китайських майстрів мистецтва Джузеппе Кастільйоне. Пекін: Видавництво культурних реліквій, 1998. 33 с.].
33. 聂崇正. 中国名画家全集—郎世宁. 石家庄: 河北教育出版社, 2006. 185页 [Не Чунчжен. Повне зібрання творів видатних китайських художників.

Кастільйоне. Шицзячжуан: Хебей Освітня Преса, 2006. 185 с.].

34. 郎世宁最经典的百幅作品 [Сто класичних творів Кастільйоне]. URL: https://www.sohu.com/a/248593108_167639 (дата звернення: 6.11.2022).

35. -吴树敬单位: 略谈传统插花对意境美的阐释 [У Шуцзін. Коротка доповідь про інтерпретацію традиційної квіткової композиції та про красу художньої концепції]. URL: <https://www.gwyoo.com/lunwen/jiaoyue/yishu/201401/564579.html> (дата звернення: 28.07.2023).

36. 邹一桂郎世宁 [Цзоу Ігуй. Кастільйоне]. URL: <https://huaban.com/pins/2382414088> (дата звернення: 29.07.2023).

37. 5961 艾启蒙 立轴. 北京保利国际拍卖有限公司 [5961. Ай Цімен. Висячий сувій. Пекінська міжнародна аукціонна компанія]. URL: <https://www.polypm.com.cn/assest/detail/2/art5040155961/34/> (дата звернення: 2.08.2023).

References:

- Lai, Yuehe (2019). Zhanr khu aniao i bukety baroko: metamorfozy buttia [Genre huanyao and baroque bouquets: metamorphoses of being]. *Art and Design*, 3: 89–96. DOI: 10.30857/2617-0272.2019.3.9 (Last accessed: 06.06.2023) [in Ukrainian].
- Lai, Yuehe (2020). Obraz i symvol kvitky u mystetstvi Kytaiu ta Yevropy [The image and symbol of a flower in the art of China and Europe]: dys. ... dokt. filosofii: 023. Odesa, 2020 [in Ukrainian].
- Lai, Yuehe (2019). Obraz i symvol kvituchoho dereva u mystetstvi Kytaiu i Yevropy [The image and symbol of a flowering tree in the art of China and Europe]. *Art and Design*, 2: 111–122. DOI: 10.30857/2617-0272.2019.2.11 (Last accessed: 06.06.2023) [in Ukrainian].
- Novikova, O. V. (2023). Kytayskiy farfor v muzeiakh Ukrainy: istoriia kolektsii ta atrybutsiia tvoriv [Chinese porcelain in museums of Ukraine: history of collections and attribution of works]: dys. ... dokt. filosofii: 023. Kyiv [in Ukrainian].
- Rybalko, S. B. (2000). Z penzlia lliutsia slova: literaturni aliuzii v obrazotvorchomu mystetstvi Yaponii doby Tokuhava [Words pour from the brush: literary allusions in the fine arts of Tokugawa Japan]. *Vsesvit*, 9–10: 155–168 [in Ukrainian].
- Rybalko, S. (2001). Kulturno-estetychni universalii klasychnoi Yaponii ta yikh vidbyttia v obrazotvorchomu mystetstvi doby Tokuhava [Cultural and aesthetic universals of classical Japan and their reflection in the visual arts of the Tokugawa period]: avtoref. dys... kand. myst.: 17.00.01. Kharkivska derzh. akademiia kultury [in Ukrainian].
- Tsao, Huan Yui (2007). Tradytiine kytayske mystetstvo: pytannia rozvytku ta osoblyvosti [Traditional Chinese art: issues of development and features]. *Skhodoznavstvo*, 39–40: 164–185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhodoz_2007_39-40_15 (Last accessed: 12.04.2023) [in Ukrainian].
- Zhang, Zhe. (2022). Natiurmorty Dzhuzeppe Kastilione yak syntez skhidnoi ta zakhidnoi tradytsii [Still lifes by Giuseppe Castiglione as a synthesis of Eastern and Western traditions]. *Art and design*, 4(20): 121–132. DOI: 10.30857/2617-0272.2022.4.11 (Last accessed: 11.04.2023) [in Ukrainian].
- Assembled Blessings. *Philadelphia museum of art*. URL: <https://philamuseum.org/collection/object/48990> (Last accessed: 21.07.2023) [in English].
- Barnhart, Richard M. et al (1997). Three Thousand Years of Chinese Painting. New Haven: Yale University Press; Beijing: Foreign Languages Press [in English].
- Dwarf Potted Trees in Paintings, Scrolls and Woodblock Prints. URL: <https://www.magiminiland.org/Paintings/ChinaPortrayals.html> (Last accessed: 25.07.2023) [in English].
- Geng, R. (2021). Study on Giuseppe Castiglione, a Court Painter in the Qing Dynasty. *Open Journal of Social Sciences*, 9: 193–203. URL: <https://doi.org/10.4236/jss.2021.99014> (Last accessed: 10.12.2022) [in English].
- Guanyin as the Nine-Lotus Bodhisattva. URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/41472> (Last accessed: 25.07.2023) [in English].
- Hearn, Maxwell K. (2008). How to Read Chinese Painting. Metropolitan Museum of Art. New York [in English].
- Hearn, Maxwell K. (1996). Splendors of Imperial China: Treasures from the National Palace Museum, Taipei. New York: Metropolitan Museum of Art [in English].
- Hu, Yunhua (1987). Chinese penjing: Miniature trees and landscapes. Portland: Timber Press [in English].
- Kajdański, E. (2005). Chiny. Leksykon [China. Lexicon]. Warszawa: Książka i Wiedza [in Polish].
- Lai, Yuehe (2020). The image of lotus and lily in the art of China and Europe. *The European Journal of Arts*, 1: 138–143 [in English].

19. Lotus throne. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Lotus_throne (дата звернення: 25.07.2023) [in English].
20. Painting Gallery of Yu Zhiding. URL: <http://www.chinaonlinemuseum.com/gallery-yu-zhiding.php> (Last accessed: 25.07.2023) [in English].
21. Panel with Flowers in Vase and Scholar's Objects. URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/74103> (Last accessed: 25.07.2023) [in English].
22. Pure Offerings of a Myriad Plants: Paintings on Flower Vases and Potted Scenes. URL: <https://theme.npm.edu.tw/exh107/MyriadPlants/en/page-1.html> (Last accessed: 18.07.2023) [in English].
23. Qianlong Emperor (2021). Facts and details. URL: <https://factsanddetails.com/china/cat2/sub4/entry-5502.html> (Last accessed: 10.06.2023) [in English].
24. Rybalko, S. (2019-2020). Japonisme in Ukrainian arts of the late XIX-early XXI centuries. Cultural bridges: collections-encounters-inspirations. *Torun: Polish Institute of world art studies & Tako Publishing House*, 7–8: 221–241 [in English].
25. The bonsai of the Forbidden City in Qing Dynasty, stunning the world. URL: <https://min.news/en/culture/b4c95ce2b25897053eb7d5673f92ba0a.html> (Last accessed: 25.07.2023) [in English].
26. Truong, A. (2010). Tracing the Past, Drawing the Future: Master Ink Painters in 20th-Century China. URL: <http://www.alaintruong.com/archives/2010/01/12/16489515.html> (Last accessed: 2.08.2023) [in English].
27. Zou, Yigui. URL: <https://www.invaluable.com/auction-lot/zou-yigui-203-c-e7049c3862> (Last accessed: 2.08.2023) [in English].
28. Zou, Yigui. *ArtNet*. URL: <https://www.artnet.com/artists/zou-yigui/penhuitu-lizhou-7Uh5VeCg8SU5SY4bcGnBw2> (Last accessed: 24.08.2023) [in English].
29. 闻铭, 周武忠, 高永青 中国花文化辞典 黄山书社 [Wen, Ming; Zhou, Wuzhong; Gao, Yongqi (2000). Dictionary of Chinese Flower Culture Huangshan Publishing House] [in Chinese].
30. 《画万年花甲》清.汪承霏.清乾隆时期绘卷.台北故宫博物院 ["Painting Wannian Sixties" Qing Dynasty. Wang Chengpei. Qing Qianlong Period Painting Scroll. Taipei Palace Museum]. URL: <https://www.cangkus.com/others/thecivilization/14310.html> (Last accessed: 25.07.2023) [in Chinese].
31. 聂崇正. 郎世宁全集 1688–1766 上卷. 天津: 天津人民美术出版社. 2015 [Neh, Chongzhen (2015). Complete collection of works by Castiglione (1688–1766). Vol. 1. Tianjin: Tianjin folk art] [in Chinese].
32. 聂崇正. 中国巨匠美术丛书—郎世宁. 北京: 文物出版社. 1998 [Neh, Chongzhen (1998). Chinese Art Masters Series – Giuseppe Castiglione. Beijing: Cultural Relics Publishing House] [in Chinese].
33. 聂崇正. 中国名画家全集—郎世宁. 石家庄: 河北教育出版社, 2006 [Neh, Chongzhen (2006). A complete collection of works by prominent Chinese artists. Castiglione. Shijiazhuang: Hebei Educational Press]. [in Chinese].
34. 郎世宁最经典的百幅作品 [One hundred classic works of Castiglione]. URL: https://www.sohu.com/a/248593108_167639 (Last accessed: 6.11.2022) [in Chinese].
35. 吴树敬单位: 略谈传统插花对意境美的阐释 [Wu, Shujing. A Brief Discussion on the Interpretation of Traditional Flower Arrangement on the Beauty of Artistic Conception]. URL: <https://www.gwyoo.com/lunwen/jiaoyue/yishu/201401/564579.html> (Last accessed: 28.07.2023) [in Chinese].
36. 邹一桂郎世宁 [Zou, Yigui; Castiglione]. URL: <https://huaban.com/pins/2382414088> (Last accessed: 29.07.2023) [in Chinese].
37. 5961 艾启蒙 立轴. 北京保利国际拍卖有限公司 [5961. Ai, Qimeng. Vertical Scroll. Beijing Poly International Auction Co., Ltd.]. URL: <https://www.polypm.com.cn/assess/detail/2/art5040155961/34/> (Last accessed: 2.08.2023) [in Chinese].

ZHANG Zhe

*Kharkiv State Academy of Design and Arts, Ukraine***FLORAL COMPOSITION IN CHINESE FINE ART OF THE QING ERA (1644–1912)**

The purpose of the article is to highlight the historical and cultural background in the formation of floral compositions, their place in the genre system of Chinese fine art of the Qing era and to determine their compositional models and artistic features.

Results. A wide range of artworks from the leading museums of the People's Republic of China and Ukraine are considered. Art branches that have become the main ones for the development of floral compositions and their further adaptation in other types and genres of art are singled out. Leading masters are identified. The origins and development of the floral composition from the time of the Tang Dynasty (618–907) to the Qing Dynasty (1644–1912), its growth and main types that developed during the reign of Emperor Qianlong (1736–1795) are shown. The identified representative samples are considered in the broad context of religious traditions, the politics of the Manchu dynasty, the culture of offerings and the program of collecting rarities. The separation of floral still life into a special genre was established with the development of horticulture and the tendency to interiorize the landscape. It is emphasized that a still life with flowers always carries a benevolent meaning regardless of the composition type, the degree of authenticity in the transfer of pictorial objects and the time of creation.

Scientific novelty. The features of the formation of a floral composition as a result of the landscape interiorization, its two-dimensional and three-dimensional varieties from a scroll to a screen and Penjing art and decorative compositions are determined.

The practical significance of the results of the study lies in the possibility of their use in the development of design and artistic solutions, the conceptual basis for the development of relevant training courses, museum exhibitions, and the formation of a general picture of the evolution of pictorial genres in classical China.

Keywords: art of the Qing era; floral composition; still life; "flowers and birds" genre; "flowers in a vase" genre; "flowers in a pot" genre; Penjing; flower semantics; Chinese ceramics.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Чжан Чже, аспірантка кафедри теорії та історії мистецтва, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Україна. ORCID 0000-0002-2279-3967, **e-mail:** 936711637@qq.com

Цитування за ДСТУ: Чжан Ч. Флористична композиція в китайському образотворчому мистецтві доби цін (1644–1912). *Art and design*. 2023. №3(23). С. 191–206.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.3.16](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.16)

Citation APA: Чжан, Ч. (2023) Флористична композиція в китайському образотворчому мистецтві доби цін (1644–1912). *Art and design*. 3(23). 191–206.



ВІТАЄМО ВИПУСКНИКА

КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ ІВАНА ФРОЛОВА З ЮВІЛЕЄМ!

Відомому українському дизайнеру, без перебільшення дизайнеру із світовим ім'ям ІВАНУ ФРОЛОВУ, засновнику та власнику бренду *FROLOV*, 26.10.2023 р. виповнюється 30 років!

Народився Іван Васильович Фролов в Києві; дев'ять років займався бальними танцями та одночасно, ще з раннього дитинства, почав цікавитися модою. Перші справжні речі шив вже для бальних танців. За словами Івана, в свої 6 років він вже намагався пошити сукню для своєї сестри на випускний із клаптиків тканини, які знайшов вдома.

Свій творчий шлях розпочав з 14-ти років: був стилістом телевізійних проєктів, створював концертні образи українським зіркам як художник з костюмів. Але ще тоді, зовсім молодим, Іван зрозумів відмінності роботи стиліста і дизайнера, зазначивши, що «псується твій смак, нищиться твоя айдентика, ти ідеш на компроміси з собою, з каналом, з бюджетами, з усіма. Це дуже впливає на творчість. Паралельно робити ті дві справи можливо лише впродовж деякого часу. Тому у 2011 році заснував бренд одягу *FROLOV* і почав роботу над створенням капсульних колекцій. Тільки-но бренд почав повноцінно функціонувати, я одразу відмовився від роботи стиліста і нарешті став дизайнером».

Навчався Іван Фролов в Київському національному університеті технологій та дизайну за спеціальністю модельєр-конструктор одягу. Під час навчання Іван завжди мріяв про високу моду, про те, щоб розвиватися: працював менеджером проєкту «Зірка+Зірка»; почав брати участь в основному розкладі *Ukrainian Fashion Week*; встиг попрацювати конструктором у *Patoka STUDIO*, стилістом телевізійних проєктів медіа-холдингу «1+1»; художником костюмів для українських зірок; у 2013 році з другої спроби виграв конкурс «Погляд у майбутнє». І з того ж року проявляє свою креативність у власному бренді одягу *FROLOV* – філософія його модного дому полягає у інтелегентній провокації, відкритій сексуальності образів та грі на межі дозволеного.

В 2015 році Іван Фролов закінчив магістратуру на кафедрі ергономіки та дизайну КНУТД та залишився працювати викладачем в нашому університеті. Але навчання не покинув, зацікавився наукою, поступив в аспірантуру факультету дизайну КНУТД та у березні 2021 року отримав науковий ступінь кандидата мистецтвознавства з дизайну, захистив дисертацію на тему «Авторська колекція сучасного одягу: методи створення та засоби ідентифікації» під керівництвом проф. Колосніченко М.В., в той час декана факультету дизайну. Згадуємо сумісну працю з Іваном – вдумливе, поглиблене ставлення до дисертаційних завдань щодо вивчення закономірностей розвитку світової індустрії моди, теоретичному обґрунтуванню та практичній реалізації процесів створення авторських колекцій одягу люксового сегменту, а також методології створення, формування та просування власного бренду в умовах функціонування української *fashion*-індустрії. Підґрунтям наукових досліджень та їх практичної реалізації була багаторічна системна, кропітка робота. Так, Іван зі своїм брендом *FROLOV* у 2014 році вже отримав нагороду «*Best Fashion Awards*» в номінації «відкриття року» та став рекордсменом за кількістю номінацій. Протягом 2015–2019 років також отримував нагороду за «найкращу *fashion*-постановку», а в 2016 та 2020 роках – в номінації «прорив року». Фролов створив сценічний образ для виступу Джамали на Євробаченні, був офіційним дизайнером Одеського кінофестивалю у 2018 році та став автором весільної сукні письменниці Ірени Карпи. Одяг його бренду в різні роки одягали такі відомі зірки, як Бейонсе, Кайлі Міноуг, Доджа Кіт, Гвен Стефані, Дуа Ліпа, гурт *Måneskin* та інші. *FROLOV* активно працює в колаборації з українськими компаніями та брендами – став першим українським брендом-партнером найвідомішого ювелірного світового бренду *Swarovski*. І сьогодні у колекції *LOVE HURTS Spring 2023* Іван використовує виключно кристали *Swarovski*.



Український дизайнер Іван Фролов займає активну громадянську позицію – підтримує КиївПрайд, організацію *HeForShe*, фонд допомоги медикам *SpanBond*. Створює благодійні ювелірні колекції разом із брендом *Sova* та фондом 100%Життя, від яких частину прибутку з продажу спрямовують на закупівлю швидких тестів на ВІЛ. Бренд *FROLOV* переробляє майже всі відходи виробництва, використовуючи у своїй роботі текстильні фрагменти розміром понад 5 см. Раз на місяць працівники передають залишки виробництва до

дитячих будинків для виготовлення іграшок та одягу. Дрібні текстильні залишки використовують для машинної вишивки та аплікацій. Одяг *FROLOV* продається в екокоробках. З початку війни Іван запустив благодійний проєкт «*FROLOVHEART*» – лімітовану колекцію світшотів з вишитими вручну серцями нитками або бісером. За час існування проєкту весь прибуток з продажу передається у благодійні організації.

В 2023 році Іван Фролов створив образи для виступів Джамали, Тіни Кароль, гурту *Tvorchi*, а також для ведучих пісенного конкурсу Євробачення-2023 Юлії Саніної та Аліши Діксон.

Дизайнер Іван Фролов безперестанку експериментує, шукає нові методи конструювання речей, сміливо комбінує матеріали та фактури. Саме його сміливість у виборі тем для колекцій та бажання творити на межі дозволеного зробили його улюбленцем української модної індустрії. Але мода – не лише естетика. Мода – галузь економіки. В Київському національному університеті технологій та дизайну – провідному навчальному закладу країни вважають, що мода виводить на подіум економіку, а Іван Фролов – явище не лише у вітчизняній, але й у світовій індустрії моди. Ми пишаємось тим, що освіту майстер здобув в нашому університеті, він тепер навчає в нас студентів. Його стрімкий прорив не лише на подіум, але й у свідомість громадян багатьох країн – приклад цілеспрямованої роботи. Одна з його прекрасних рис – відсутність самозаспокоєння. Сам майстер вважає, що його «навчання у КНУТД було профільним і практичним. Це єдиний у нашій країні профільний виш, за яким майбутнє. Якщо говорити про український контекст, то лише в КНУТД може існувати спеціальність «дизайнер одягу» за світовими шаблонами. Університет поступово робить все для цього. І керівництво навчального закладу розуміє, що зміни потрібні». Також доцент Київського національного університету технологій та дизайну Іван Васильович Фролов каже, що «цінує викладання як шанс позитивних змін в системі освіти знизу — мені дуже імponує стати для студентів людиною, яка намагається пояснити, як *fashion*-галузь функціонує у всьому світі». Зауважимо, Київський національний університет технологій та дизайну, який закінчив і де сьогодні викладає Іван Фролов, входить до ТОП-100 найкращих дизайнерських шкіл світу.

Отже, випускник факультету мистецтв і моди, кандидат мистецтвознавства з дизайну, якій мріяв з дитинства одягати світ у красиве – досягнувши всього цього продовжує невпинно рухатися далі. Про це свідчать публікації відомих модних журналів, статті на модних сайтах: «Бачити невидиме. Чути, задумане. Прагнути вдосконалення. Все це спонукає роботи дизайнера Івана Фролова. Ознака його бренду – гра на напівтонах: не кричати, а шепотіти. Щоб заявити про це, він кометою увірвався у світ високої моди, без перебільшення, ще дитиною. А коли 19-річним переміг у конкурсі «Погляд у майбутнє», то одразу перейшов з класу «той, що подає надії» в «майстри», і долучився до талантів, про які зарубіжні експерти заявляють: «Українські молоді дизайнери здатні стати законодавцями моди в Європі». Це про Івана Фролова у статті на сайті українського видання журналу *VOGUE*, 11.02.2022р. Також *FORBES Ukraine* вже вчетверте робить список «30 до 30» – проєкт з простою базовою ідеєю – знайти неймовірну українську молодь та їх прикладом надихнути інших. 2023-й став успішним для експансії бренду Івана Фролова - шоу Бейонсе в Дубаї, Кайлі Міноуг на обложці 16-го альбому *Tension* також в кутюрному вбранні бренду *FROLOV*, представлення нової колекції на Тижні моди в Лондоні – першому сольному шоу у світовій модній столиці.



Шановний колего, Іване Васильовичу ФРОЛОВ, прийміть щирі вітання з нагоди Вашого 30-річного ювілею!

Незважаючи на усі виклики сьогодення, Ви, як молодий дизайнер та, одночасно, досвідчений власник бренду, своєю відданістю обраній справі, щоденною працею і нескореністю, сміливістю й наполегливістю, потужними ініціативами, веденням своєї команди до перемог, стійкістю позицій на вітчизняному ринку модної індустрії, постійно робите безцінний внесок у розвиток держави.

Університетська спільнота висловлює Вам глибоку пошану та вдячність за турботу про майбутній шлях *fashion*-молоді університету, відкрите СЕРЦЕ, яке є головною ознакою бренду *FROLOV*, щиро бажає міцного здоров'я, благополуччя, миру, творчої наснаги, реалізації амбітних проєктів, нових звершень!

Грищенко І.М., д.е.н, професор, ректор КНУТД, академік НАПН України
Колосніченко М.В., д.т.н., професорка, головна редакторка, професорка
кафедри

РЕКТОР ІВАН ГРИЩЕНКО До дня народження

Мистецька спільнота України щиро вітає Ректора Київського національного університету технологій та дизайну Івана Михайловича Грищенка з Днем Народження – йому 11 листопада всі наші найкращі побажання!

Доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Народний депутат України I скликання (1990–1994), Державний службовець 1 рангу, Заслужений працівник освіти України, Лауреат Державної Премії України в галузі науки і техніки, Почесний доктор Хмельницького національного університету, Почесний громадянин Кролевеччини народився у 1956 році, а трудову діяльність розпочав вже у 15 років. Навчався та успішно закінчив Українську сільськогосподарську академію у Києві (нині – Національний університет біоресурсів та природокористування) за спеціальністю інженер-механік та економіст-організатор. Свій успішний трудовий, науково-творчий шлях Іван Михайлович все життя проходить складними шляхами, обираючи найбільш доцільні до потреб суспільства: керівник концерну, Віце-президент корпорації, проректор з економіки та розвитку, заступник директора Інституту з науково-інноваційної роботи, ректор КНУТД з 2010 року. За його безпосередньої участі в університеті вперше засновано науково-фаховий журнал дизайнерського спрямування «Art & Design»: із дня заснування у 2017 році до 2021 року – він його головний редактор; сьогодні – активний член редакційної колегії, а також автор багатьох статей.

Досвідчений менеджер, наставник молоді, керівник науковців, вчитель керівників-початківців професор Іван Михайлович Грищенко впевнено займає найвищу посаду в університеті, користуючись безперечним авторитетом та повагою колективу! На його думку, «в освіті треба змінити сам спосіб долучення особистості до навчального процесу. Суб'єктно-об'єктні стосунки між тими, хто навчає, і тими, хто навчається, мають замінити суб'єктно-суб'єктні, де обидва учасники навчального процесу активні, рівноправні у взаємодії і взаємно шановані й відповідальні. На зміну авторитарній репресивній педагогіці приходить демократична педагогіка толерантності і співпраці. Центральними процесами нової якості освіти стануть комунікації і технології інтелектуальної праці, а формою діяльності – командна робота. Організаційна роль професора повинна доповнитися комунікаційними технологіями». І впевнено вважає, що «найближчим часом відбудуться і вже відбуваються зміни технологій навчання відповідно до сучасних технічних досягнень, істотно зміниться лекційно-семінарська модель освіти, будуть упроваджені активні методи навчання тощо».

Іван Грищенко як сучасний керівник університету уміло адаптує старі спеціальності до нових умов. А це не лише вірність традиціям, а й відповідальність за майбутнє. Він завжди



*Ректор КНУТД,
академік Іван Грищенко*

націлений на розвиток, впевнено зазначає, що «ринкові умови вимагають, і ми розводимо межі професій, які займаються проблемами життєзабезпечення людини – намагаємося зберегти підготовку фахівців інженерних спеціальностей, адаптувати їх до комплексних знань та ІТ-технологій, забезпечити їх розвиток». Невід’ємною складовою сучасної продукції, її конкурентоспроможності ректор вважає дизайн. Університет готує цих фахівців для легкої промисловості, індустрії моди, а також інших сфер дизайн-діяльності, мистецтва, культурного розвитку країни. На думку учасників Ukrainian Fashion Week, визначних випускників, відомих у світі дизайнерів, КНУТД – головний дизайнерський виш України.



Міжнародний конкурс одного образу та новорічно-різдвяного декору «Сузір'я «Каштан»

Окремою ланкою розвитку дизайнерського напрямку КНУТД став задуманий та реалізований ректором Грищенко І.М. науково-освітній проєкт співпраці з Технологічним університетом Цілу в Китаї. Дійсно, величезна роль особистості ректора на шляху розвитку університету! Завдяки унікальному досвіду КНУТД в інтернаціоналізації освітнього процесу та науковій діяльності, а також величезній роботі особисто ректора Івана Грищенка, сьогодні в університеті навчається більш як чотири тисячі студентів з Китаю. Постійна увага до розвитку та удосконаленню мистецького напрямку університету, його кропітка, повсякденна робота спрямована на визначення КНУТД експертною спільнотою як найкращого українського університету з розвинутою креативністю дизайну. Експертною



Міжнародний конкурс молодих дизайнерів-модельєрів «Печерські каштани», 2023

думкою визначено університет на чолі з його ректором Іваном Грищенко як творчий, нестандартний, унікальний, такий що характеризується неповторністю, оригінальністю, а також здатністю дивувати та захоплювати провідні інтернаціоналізовані таланти.

Завдяки наполегливості Івана Михайловича, його здатності згуртувати навколо себе команду однодумців, наукову спільноту українських та закордонних вчених, в КНУТД вперше в Україні створена докторська спеціалізована вчена рада за спеціальністю 17.00.07 – дизайн, яка й дотепер залишається єдиною в країні – її каденцію подовжено на новий термін. Спецрада успішно працює, останнім півріччям захищено кандидатську та докторську дисертації. Наукові здобутки також демонструють іноземці – сьогодні в університеті в аспірантурі з дизайну навчаються більш як 60 іноземців з Китаю; деякі з них вже успішно захистили дисертаційні роботи. Ці питання також завжди під особистим контролем ректора!

Академік Іван Грищенко вважає, що для адаптації до економіки світової цифрової епохи, урахування потреб країн та регіонів в освіті, Київський національний університет технологій та дизайну протягом близько 95-річної роботи активно розвиває креативний дизайн – як шлях інтеграції творчості, науки та комерції. Успішна діяльність колективу університету визнана міжнародними експертами і у 2023 році оцінена 54-м місцем у рейтингу кращих дизайнерських шкіл світу Ceoworld Magazine. Підтвердженням високих здобутків Університетської спільноти є входження у 2020 році до рейтингу World University Rankings компанії QS (Велика Британія), а також за результатами 2022 року входженням у предметний рейтинг World University Rankings компанії QS (Велика Британія) з мистецтва та дизайну.



Захист докторської дисертації Н. Скляренко
(наук. конс. М. Колосніченко)
в спецраді Д 26.102.07, 2023 рік

Відкриття виставки у виставковому центрі
«Мистецький простір» КНУТД

Щиро вітаємо Вас, шановний Іване Михайловичу, з Днем Народження! Бажаємо міцного здоров'я, сил, терпіння та витримки! Бажаємо, щоб робота ректора була для Вас не лише важливою посадою, а й любимою справою життя, де кожен день дарує багато можливостей та перспектив! Бажаємо ніколи не здавати впевнених позицій, хай завжди буде мудрість для праці, а натхнення та кохання для життя!

З щирою повагою та вдячністю, редакційна колегія наукового фахового журналу «Art & Design»