

УДК
687.016.6:
687.122

СВІТЛАНА КУЛЕШОВА, ЮЛІАНА ПИЛИПЕНКО
Хмельницький національний університет, Україна

АЙДЕНТИКА, ЯК ШЛЯХ ТРАНСЛЯЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ

***Мета.** Проаналізувати сучасні модні тенденції та національні традиції в дизайні дитячого одягу та встановити компоненти символізуючі національну ідентичність при формуванні візуального образу ансамблю дитячого одягу.*

***Ключові слова:** айдендика, fashion-бренд, візуальний проєктний образ, національна ідентичність.*

***Постановка завдання.** Сучасні споживачі модного продукту потребують емоційної навігації. Айдендика бренду звертається до почуттів [1]. З її допомогою fashion-бренди підкреслюють свою індивідуальність і роблять ключові ідеї, на яких побудовано бізнес, більш зрозумілими й доступними. Таким чином, у поняття айдентики fashion-бренду входить усе, що можна побачити. При цьому при впровадженні нових модних продуктів необхідно забезпечити їх гармонійне поєднання з уже існуючими за такими параметрами, як розмір, колір, відчуття, особливості використання і т. п [1]. Одне з ключових завдань айдентики fashion-бренду – розробити правила комбінування дизайнерських елементів. У результаті їх можна буде гармонійно поєднувати для формування правильного образу модного продукту або послуги.*

***Методи досліджень.** Для вирішення поставлених завдань використовувалися евристичні методи: візуальне спостереження; опис; встановлення компонент, що символізують національну ідентичність; логічне узагальнення отриманих результатів.*

***Результати досліджень.** Вираження державної незалежності, національної ідентичності, а також вагомості та самобутності Української культури в період військової агресії, здійснено за допомогою таких демонстративно символізуючих національну ідентичність в дизайн-проєктуванні дитячого одягу компонент, як [2]:*

1) Конструкція – формоутворення костюма та використаний матеріал тектонічно відображаються на фігурах дітей. За допомогою конструювання

предметів одягу вибудовується візуальний образ, який дозволяє отримати силуетний ідентифікативний результат.

2) Знак – стилізація знаку/знаків відбувається за допомогою нанесення на одяг та аксесуари костюма рисунку, графічних елементів, комбінацій графічних елементів, оздоблення вишивкою та можливо інших творчих інноваційних стилізацій. Знаки візуально ідентифікують споживачів, дозволяють зчитувати закладені сенси смислових інформаційних наповнень костюма.

3) Колір – звернення до кольорів національного прапора та відтворення за допомогою кольору образів загальновідомих об'єктів та символів є найпопулярнішими методами ідентифікації країни та сучасних викликів.



Рис. 1. Дизайн-проекування авторських ансамблів дитячого одягу: а) джерела натхнення; б) візуальні проєктивні образи

Висновок. У ході проведеного аналізу визначено засоби трансляції національної ідентичності у новий проєктний візуальний образ. Практична цінність отриманих результатів полягає в застосуванні комплексного підходу до колористичного проєкування візуальних модних образів дитячого одягу.

Однією з причин апеляції до української етнічної культури є компенсація глобалізації культури загалом і знищення всього, що відноситься до етнічного. Вивчивши сучасний ринок моди та роботи модельєрів, можна зробити висновок, що дизайн одягу за етнічною ознакою популярний і затребуваний у всі часи.

Література

1. З чого складається айдендика бренду: приклади та етапи розробки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: : <https://xn--90aamhd6acpq0s.xn--j1amh/teoriya/aydentika-brendu>
2. Михайлова Т. Демонстративна символізація національної ідентичності в дизайні олімпійського парадного костюма // Т. Михайлова, О. Шандренко // Альманах «Культура і Сучасність». – 2021. – №2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://journals.urau.ua/kis/article/view/249248>