

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ

Департамент „Дизайн”

Докторска програма „Дизайн”

Динка Жорова Якимова-Касабова

ДРЕХАТА ПОД ВЛИЯНИЕ НА ПРОСТРАНСТВОТО

Автореферат

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна
степен „доктор“ научно направление 8.2 „Изобразително
изкуство“

Научен ръководител: Доц. Елена Тодорова

София 2017

Дисертационният труд съдържа: увод, пет глави, заключение, библиография, научни приноси, текстова част с обем 161 страници и 80 изображения в приложение, подкрепящи текста.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от съвета на Департамент "Дизайн" на

и насочен за защита от съвет на Магистърски факултет, Нов български университет, София.

Публичната защита ще се състои на 2017 г., от в зала, НБУ.

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Обект на изследването

Обект на този труд са факторите, които водят до промяна на дрехите и органичната връзка между утвърдените естетически възприятия в областта на облеклото, пространството и събитията във времето.

Предмет на изследването

Предмет на изследването е разглеждане на значими явления от света на модата при създаване на дрехата и повлияването ѝ от фактори, като митология и религия, географско положение, културна принадлежност, изкуство. Към предмета на изследването са и моменти от историята и различни сфери, в които дрехата претърпява изменения под влияние на пространството, което „обитава“. Разглежда се религия и митология, социално пространство, сценично пространство, всички те влияещи върху специфичното оформяне на облеклото. За да се изследват по-добре, са разгледани явления или периоди от историята, в които това проявление е видимо и може да бъде проследено. При хронологичната периодизация за история на костюма са включени ранния период на човешкото общество, египетската цивилизация, античната култура. Обръща се внимание на всяко пространство, което човек обитава и което влияе на вдъхновението му да създава дрехи с конкретна функция и визия. Разглежда се огледалната проекция на пространството върху облеклото независимо дали това е храм, сцена или социална сфера, назовани най-общо с термина пространство.

Основно се спирам на периода, който е преломен в историята на създаване на дрехата, края на XIX-ти век и 20-те години на XX-ти век, когато изработването на облекло се превръща от шивашко творение, в дизайнерско произведение, съобразено с конкретна наложена тенденция и поведение. В труда още се разглежда социалното пространство и възникването и разнообразието на субкултурите. Най-ясното проявление на отношението между пространство и дреха се разкрива, когато водени от

нови принципи и различен светоглед, хората на субкултурите изразяват себе си и това, което им се случва чрез облеклото си.

Сценичното пространство от своя страна има много специфични изисквания към дрехата, която се превръща в сценичен костюм. За театрална постановка, балет или модерен танц, дрехата влиза в своята важна роля като част от спектакъла, подкрепяща действието на артиста.

Предмет на изследването са също така традиционните и съвременни медии като пространства, оформящи независима естетика за показване и реклама на облеклото. Разглежда се също нашето съвремие като пространство, предоставящо много и разнообразни възможности на потребителя и дизайнера за припознаване на собствения вкус и стил.

Основна изследователска теза

В центъра на проучването не е самият творец и неговият вътрешен потенциал, а различната среда, която е един от моделиращите елементи при формирането на една творческа личност и важен фактор при сътворяването на даден предмет (дреха). Очертава се траектория през пространства които повлияват ясно и категорично върху функцията и визията на дрехата, като съществена част от живота на човека, натоварена с много и различни функции и как различните пространства моделират дрехата. Подчертава се важноста на факторите, обуславящи изменението ѝ. Изследването насочва вниманието към необходимостта от познаване на историята и допринася за нейното обогатяване с конкретна гладна точка.

Задачи на изследването

- Очертаване на времеви периоди по отношение промените на дрехата.
- Синтез и подробно проучване на най-отчетливите фактори влияещи върху визията и функцията на дрехата.
- Проучване и обобщаване на художествените и конструктивни особености на дрехата, променяща се под влиянието на различни фактори.
- Изследването не си поставя за цел да е хронологически последователно в разглеждането на отделните епохи, а да извлече само най-типичните моменти в историята на създаването на дрехата.
- Посочване важноста и ползата от изследването и очертаване на бъдещи състояния на дрехата под влияние на различни фактори.

Методи на изследването

Основните методи, използвани в изследването са проследяване и анализ на отделни събития и факти и подбор на визуални материали. За целите на изследването е проучена литература, свързана с темата.

Терминология

Пространство

Абсолютното пространство на Демокрит и Нютон се определя като огромно празно вместилище, в което има място за вселената и за човека. В безкрайно празното пространство Демокрит помества атомите, които се движат в разни посоки и при сблъсък образуват видимите тела, които ни обграждат. Нютон нарича пространството „Божествена сетивност”, „сензорен апарат на Бога” (sensorium Dei). Тази концепция за пространството се нарича „субстанциална”, а това пространство – „абсолютно“.

Култура

Култура (от латински cultura, идващо от colo, colere и означаващо възпитание, образование, развитие, култивиране) е понятие с много нееднозначни дефиниции и поради тази многостранност и многопластовост се подлага трудно на единно определение. Различните дефиниции на културата отразяват различни разбирания или критерии за оценяване на човешката дейност. През 1952 г. Алфред Крьобер и Клайд Клъкхон съставят списък с над 200 различни дефиниции на култура, като трите основни значения са: изтънчен вкус в областта на изящните изкуства и хуманитарните науки, още известна като висока култура; цялостен модел на човешкото познание, вярвания и поведение, зависещ от способността за символно мислене и социално образование; комплект от споделени ценности, цели, поведения и практики, който е характерен за дадена организация или група;

Мода (на латински: modus - маниер, норма, правило, време, ритъм) означава начин на изразяване според вкуса, маниер на обличане и поведение, характерни за дадена епоха.

Сцена (от гръцки: σκηνή, „шатра“, „колиба“) има две значения в театъра. Първото значение на думата е платформа, върху която се аранжират декори предназначени за изпълнение на театрални постановки – представления. Другият смисъл на думата сцена е обособена в сюжетно отношение част от театралната постановка или всеки друг вид сценична творба: опера, оперета, балет, пантомима, кино-филм и др.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

УВОД

ГЛАВА ПЪРВА - Визия и функция на дрехата - исторически моменти

1.1. Културно-исторически промени през двайсетте години на 20-ти век

ГЛАВА ВТОРА - Социално пространство - субкултурите, ново пространство разкриващо нови възможности

2.1. Хипи

2.2. Пънк

2.3. Хип-хоп

2.4. Бляскав рок и диско

ГЛАВА ТРЕТА - Сцената като пространство влияещо върху дрехата

3.1. Мода родена на музикалната сцена

3.2. Театрална сцена и костюм

3.3. Мода под влияние на кино-пространството

3.4. Балетен костюм

3.5. Кабаретен костюм

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА - Медийни пространства - традиционни модни издания и новите медии

ГЛАВА ПЕТА - Нашето съвремие и дрехата - нови пространства, нова перспектива

5.1. Устойчива мода

5.2. Технологична мода

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

НАУЧНИ ПРИНОСИ

БИБЛИОГРАФИЯ

Увод

Към която и епоха да се обърнем назад във времето, през цялата човешка история дрехата съпровожда човека, приемайки различни роли, разнообразна визия, различна функция и символика. Всеки път тя се влияе от пространствата, в които е поставена или сътворена. Променяйки се те отразяват различията във визията и функцията на дрехата, а необходимостта от промяната е провокирана от исторически събития, социални промени или климатични условия. Всеки път облеклото се променя и приема определена роля, възникваща спрямо нуждите на хората. Уникално, защото е създадено от майстор, но винаги под влияние на пространството, в което той твори, което изисква и налага дадена промяна. Творецът придава уникалност на своя продукт и самият той е уникално моделиран от пространството, което обитава.

Глава Първа

Визия и функция на дрехата - исторически моменти

Хилядолетия ни делят от първобитно-общинния строй и началото на човешката история, както и от информацията за облеклото на хората. Можем само да гадаем кога е направена първата дреха и дали има връзка с формирането на общество.

Началото на облеклото датира от времето на късния палеолит (40 000 -10 000 години пр. н. е.) и неолита. Източниците, които дават информация за този етап са малките пластички открити в Европа, Африка, Австралия и разбира се, скалните рисунки. Богата информация носят намерените инструменти за обработка на дърво, кожа, кости, от които са правени първите дрехи. Други доказателства, че първите текстилни изделия са изработвани между 20 000 и 30 000 години пр. н. е., включват костни игли и различни видове шевни инструменти. Намерените в пещерата Ласко (Франция) артефакти свидетелстват за ползването на конец и риболовни влакна, както и за изработването на тъкани дрехи и плетени кошници. Откритието на костните игли ни подсказва, че древните хора вероятно са изработвали кожени дрехи. Това им е помагало да оцелеят в по-неблагоприятен климат. Нещо повече, шевните игли позволяват декориране на облеклата с мъниста, черупки и животински кости.

Облеклото е било с опростена форма, предназначено да предпазва от климатични влияния и да обслужва ежедневието на човека, което следва нуждите на бита. Жените, занимаващи се с работата в дома, носят пола. Мъжете най-често са облечени с три четвърти панталони с колан или пояс, а кожите се използват за върхно предпазно наметало. Влиянието на пространството върху дрехата през тази епоха се свежда до зависимостта от климатичните условия, а самата дреха е направена от природни материали. Носените накити утвърждават мъжкото начало, а някои са използвани за амулети при правенето на магии. Това може да се приеме за първото свидетелство и знак за влиянието на магичното пространство върху промяната във визията на първобитното облекло.

Началото на социалното разслоение в древното общество бележи и началото на различията в облеклото, каквито наблюдаваме в древните цивилизации на Египет, Асирия, Вавилон, Гърция и Рим.

В Египет има изградена висока естетика за човешкото тяло, но въпреки това именно тук се наблюдава и ясно различие при облеклото на аристокрацията, градското и селско население и робите. Фараонът, заемащ най-високото стъпало в обществото, се отличава със специално по стойност и изработка облекло. Символика и разказ са запечатани в облеклото на владетеля. Египтяните наричат своите владетели „фараон“ (голяма къща), вярвайки, че тялото на господаря е дом на бога. Фараонът е натоварен с нелеката задача да бъде представен пред обществото като богочовек и това налага да е в подобавачи одежди. Египетският народ влага огромна енергия в построяването на храмове, които подчертават още повече силата и мощта на фараона и жреците. Тъй като самите изкуства са божествена привилегия и са дадени само на избрани смъртни, високо положение в обществото заемат писарите, архитектите, скулпторите и художниците.

Факторите географско положение и социален статус влияят върху визията на дрехата, но тук най-силно се усеща религията, чиято следа е дълбоко втъкана в изкуството, архитектурата и бита. Геометричната визия ясно личи в триъгълната форма на схенти и в поставянето на характерната триъгълна кърпа, както и триъгълното украшение, което фараонът носи на колана си. В облеклото му има разнообразно представяне на детайлите и геометрията, която можем да открием в архитектурната среда и художествените търсения в рисунките на творците. Редуването на елементи и материали създава динамика и разказ. Символите, присъстващи в костюма, внасят тържественост и почитание. Дрехата на фараона е натоварена с важната роля да представи човек „превърнат“ в пространство, обитавано от бог. Средата, в която на свой ред живее фараонът, е недостъпна за обикновения човек. Сътворяването на монументалните храмове и скулптури несъмнено подсилват внушението за съществуването на човека-бог. Цялото пространство е изпълнено със страх и почитание и изисква фараонът да се появи с жест и в специална одежда, носещи знака на египетската митология, подчинена на вярванията и традициите. Дрехата носи в себе си знаковост и символика, разказващи за египетските божества. Тя се превръща в част от мита за обожествения човек, оформена е под влиянието на социалното пространство, митологичната вселена и под влиянието на визуалните връзки с архитектурата.

Архитектурата на Древна Гърция, известна със своите храмове, се характеризира със силно формализирани характеристики както на структурата, така и на декорацията. Храмът се отличава с елегантността на пропорциите си и ефектите на светлината върху повърхността. Той е представен пред нас с изявена пластична форма. Тази форма проявява своето отражение в облеклото на древните гърци, което се отличава с хармонични пропорции и проста конструкция. То представлява меко правоъгълно парче с изящна драпировка върху тялото. Външната простота и изящество на успоредно падащите гънки напомнят реда на колоните на храма, някои от които са допълнително обогатени от канелюри, препращащи отново към нагънатата пластична

материя. Архитектурната ритмика се повтаря в диплите на костюма и сякаш човекът облечен в тази дреха се слива с храмовото пространство като неизменна, умалена част от него.

Митологията играе съществена роля в културата на Древна Гърция и се наблюдава в откритите артефакти - произведения на изкуството, които притежават яснотата на художествения език и са правдиво отражение на действителността. Самите гърци се обръщат към митовете и създават, вдъхновени от тях произведения, за да хвърлят светлина върху култовите практики и ритуалните традиции. Древногръцкият художник открива вътрешните математически закономерности във формите, а майсторът на дрехи притежава изключителния усет да подрежда гънките и да конструира тяхната игра като създава съвършена пластика, чрез която, също както при колонадата в храма, се играе със сянката и светлината. Ясно виждаме симбиозата между всяко направление на изкуството, майсторството, митологията и бита. Те заживяват едно цяло и това жизнено кълбо от енергии повлиява и върху творческите търсения при сътворението на дрехата. Можем да открием много паралели. Шевицата, която се спуска по дрехата в геометрични и растителни орнаменти, кореспондира с фризовете в древногръцката сграда и е ярък пример за паралела между облеклото и пространственото оформление. Гърците държат на цветовете. Те продължават да боядисват храмовете, дори когато дървеният материал е сменен с камък, така както багрят костюмите си в различни цветове. На челото си жената поставя диадема във формата на триъгълник, напомняща за фронтона от древния храм, на чиято повърхност релефи разказват истории за божества. Тя сякаш желае да бъде водена от божественото и същевременно да се преклони пред него.

Общите принципи съществуват и те са за да свидетелстват за мисленето и културното израстване на хората през епохите. Римската цивилизация попада в периода на класическата античност заедно с Древна Елада. Това обяснява и високото ниво на приемственост между двете култури. Гордата походка и строгото изражение са определени от дрехата, която ограничава движенията, защото тук костюмът не е подчинен на култа към божеството, а по-скоро е знак за социалния статус на римлянина. Многообразието от култури, събрани под властта на империята, неминуемо дава отражение и върху костюма, който се различава в провинциите и в столицата Рим. Свободните граждани носят сложни, изящни и многоцветни костюми, а бедните и робите – прости облекла от по-груб плат. Сенаторите имат своята сцена за показ. В Сената те ораторстват в ролята си на държавници, облечени в дълга тога, белязана с червена вертикална лента и пурпурно наметало. Пространството, което обитава сенаторът изисква той да бъде облечен с тази характерна дреха, подкрепяща тежестта на жестовете му и силата на думите му. В Рим е рязка границата между социалните слоеве и това води до сблъсък на естетическата визия в облеклото с контрастното на нея пространство. Когато красивата знатна римлянка облече скъпите си одежди и излезе на показ сред простолюдието, тя отразява блясъка на империята от пространството на своята „витрина” – лектиката. Визуалната връзка между архитектура и костюм ясно личи в почти всяка епоха от историята – готика, ренесанс, барок и

рококо, чак до средата на XIX век, когато Чарлз Фредерик Уърт слага началото на първокласната мода по поръчка. Архитектурното пространство приютява дрехата в благоприятна и хармонична среда, а тя играе ролята на огледало, отразяващо архитектурните детайли. Тази симбиоза е възможна благодарение на органичната връзка между пространство и дреха.

В готическата архитектура откриваме извисеност и устрем към Бога. Тук също има ясна връзка между визията на катедралите устремени към небето с хиляди малки детайли, подчертаващи вертикалната линия и същата тази линия и пропорции в костюма, който се отличава с тънка, изявена талия и високи подобни на кули шапки. Естетиката на костюма, както и на архитектурата и интериора са подчинени на църковната доминанта.

Изявената строгост и догматика остават назад във времето, след като през XVI век в историята се поражда поривът за промяна и възраждане на античните идеи и идеали. Ренесансът достига до велики откривателски постижения в науката и културното развитие, възраждат се забавлението и театърът. В тази епоха са създадени творбите на Микеланджело и Леонардо, направени са откритията на Галилео Галилей и Колумб. Изкуството и науката са в помощ на човека и търсят красотата на човешките идеали. Аристокрацията толерира творците, а театърът достига голяма популярност. Развитите градове като Генуа, Милано и Флоренция стават водещи в производството на тъкани. Там се изработват меки атлазени платове, материи с тежка златна орнаментика и бархет. Влиянието от Изтока, откъдето Европа внася стоки е добре очертано при детайлите на костюма, които стават по-цветни и с по-активни елементи.

Стильт рококо пленява със своята лекота и маниерност в интериора и дрехата. Цялото пространство организира визията си около задачата да създаде наслада и позитивност чрез възприятията. Свежи, светли цветове съчетания, дори с лека сладникавост, обгръщат стените, мебелите и дрехите рококо и така пред нас се възстановява една цялостна картина, обогатена от панделки и флорални мотиви, които преливат един в друг и доставят удоволствие с пищната си визия. Този стил ясно показва тясната връзка между различните сфери на дизайна, а дрехата е превърната в богато орнаментирана скулптура, сливаща се със също толкова богато детайлизирано пространство около нея.

Детайлизиран и вдъхновен от Изтока, е така нареченият късен сецесион, който има подчертано извисени пропорции, свеж и неподправен нюанс в архитектурния и моден дизайн. Новата архитектура и интериорен дизайн довеждат до търсене на съвсем нов стил и при създаването на облеклото. Формата и линията при дрехата са взаимствани от декоративното изкуство, обогатено с орнаментална и флорална стилистика. Спецификата на сецесиона е в грациозността на пластичните форми, които се откриват едновременно в интериора, архитектурата и модата. Конкретната връзка между тези сфери ясно личи в свободната и плавна изящна линия на детайла както в сградите, така и в кройката на дрехата, допълнена от изтънчени флорални орнаменти. Начинът на живот, формирането на обществените принципи, това може би са

основните пространства, които човекът първо променя, за да преобрази последователно всяка една среда, до която се докосва.

Основоположник на тъй наречения „котюр“ е Чарлз Фредерик Уърт, който започва кариерата си още през 1850 г. Реализацията на Уърт в Париж съвпада с рязкото засилване на интереса към „скъпата и автентична мода“. Фини бродерии и орнаменти украсяват пищните и обемни рокли на дизайнера. Той се отличава със собствен почерк в света на шивашкия занаят. Уърт проектира предварително моделите си, показва ги върху манекени, боравейки свободно със смели конструктивни решения. Всичко това му дава възможност да покаже професията си в нова светлина. Той не само дава възможност на клиентките си да усетят красотата и лукса, но и нещо повече, подсилва усещането за изтънчена женственост с въвеждането на тюрнюрите. Чрез взаимозаменяемостта на елементи от дрехата, Уърт позволява на дамите с лекота да преминават от пространството на ежедневието в пространството на вечерния салон, превръщайки облеклото си за разходки в дреха за бални танци. Чарлз Уърт открива още едно ново пространство в света на зараждащата се висша мода, заело твърдо позиции в обществото, и това е създаването на Синдикалната камара на висшата мода във Франция през 1868 г., в която можеш да членуваш само ако моделите ти имат високо качество и са ръчна изработка. С този си акт Уърт слага за пореден път отпечатък в историята на модата, като създава нова сцена за дрехата, където тя е превърната в главен обект на съзерцание. Сътворяването ѝ за първи път се прави с ясна мисъл за създаване на изкуство. Във време и пространство на промени се раждат личности като Уърт, които на свой ред моделират обществото и не само влияят върху общия му вкус и критерии за красота, а и създават нови естетически основи за построяването на други пространства в сферата на модния дизайн.

Много са факторите влияещи върху дизайна на дрехата. Нейната история се видоизменя по всевъзможни начини, повлияна от различни пространства. Безкрайно много са случаите, при които архитектурата и интериора също изиграват своята роля върху визията на облеклото. Особено ярък пример са дрехите от периода на късния Сецесион. Спецификата на сецесиона е в пластиката и грациозността на формите, които се прочитат едновременно в интериора, архитектурата и модата. Конкретна връзка между тези две сфери ясно личи в свободната, плавна и изящна линия на детайла, както при сградите, така и при кройката на дрехата.

1.1. Културно-исторически промени през 20-те години на XX - ти век

Началото на XX –ти век е съпроводено от много събития и промени. До Първата световна война Европа е в период на охолан живот, свързан с показан разкош и светски събития. Във висшето общество е време на разточителни приеми и балове, занимания с аристократични спортове и хазарт. Париж се превръща в европейска столица на този живот. Това е златното време на малките кафенета и кабарета, зараждането на киното и разцветата на фотографията. На прием или в кабаре, на спортна площадка или на бал, всяко от тези пространства изисква определена визия. Обществото има нужда не само

от функционално облекло, а и от етикет. Така обособяването на новите пространства и дух определят нуждата от творци, които да обслужват тези интереси. Те предлагат смелите си и изискани дрехи на висшата класа, популяризирайки колекциите си от висша мода по съвсем нов начин. В салоните, отворени за събитията, дрехата се показва носена от манекени. Тя е в центъра на вниманието на заможните купувачи. Модните салони на Уърт, Пакен, сестрите Дюсе процъфтяват. Динамичното ежедневие на модерната жена неминуемо изисква и нов начин на поведение и обличане. Тя се нуждае от по-свободна дреха, която да ѝ дава пълна възможност за удобство. Този стремеж води до създаването на комфортни за носене дрехи. Времето на 20-те години на века със своите бурни промени в пространството на обществото, внася изменения и във функцията на облеклото. Виждаме не само нова визия, с издължена интелигентна линия, но и изцяло ново поведение и жест при хората. Появата на новият стил още веднъж доказва как с преобразяване на пространствата, които обитаваме, се появява нуждата и от откривателство в модата. Пол Поаре, модна къща Люсил, Пакен (Maison Lucile, Raquin), Коко Шанел са дизайнери, внесли в модата новите форми и усещания, чийто биографии се проследяват в следващите страници.

Глава Втора

Субкултурите - ново пространство, откриващо нови възможности

Хората няма никога да бъдат напълно автоматизирани, животът не може да бъде воден само от закони и правила. Ние сме дарени с многообразието на емоциите, любопитство и фантазия, които ни водят към нови предизвикателства, идеи и откривателство. В условията на глобализиране се раждат много нови субкултури, които защитават собствени каузи и занимания и културни прояви. Човек в своята същност непрестанно се стреми към баланс в живота си. Различни от общоприетите навици и установените правила внасят колорит в обществото и го събуждат за още въпроси и нови преживявания. Това е така нареченото явление субкултура, която обикновено се създава от група съмишленици на определена кауза и поведение.

Всяка от субкултурите се отличава със собствения си облик и граници, в които се разпространява. Някои от субкултурите изглеждат не само примамливи, но и крайно опасни за човека. Въпреки това ние трябва да ги приемем и насърчаваме тези, които носят новото и различното със себе си.

2.1. Субкултурата Хипи

Голямата и категорична метаморфоза във визията на дрехата се разгръща в периода на 60-те години на ХХ век. Тя е свързана с раждането, бързото развитие и приемственост на хипи движението в западния свят. В средата на 60-те години в Америка изгрява хипи културата, която бързо се разпростира сред младото поколение и достига върховата си точка през лятото на любовта на 1967 г. Кулминацията настъпва

на фестивала в Уудсток през 1969 г. Движението хипи безспорно носи нови нагласи към живота, които го правят по-цветен и радостен за поколението на 60-те и 70-те. За да бъдеш хипи трябва да вярваш в мира като начин за разрешаване на различията между народите, идеологиите и религиите. Пътят на мира се постига чрез любов и толерантност.

Модата по това време се оказва в едно съвсем ново и непознато пространство, което младото поколение моделира спрямо своите възгледи, така самата висша мода (Haute Couture), въпреки първоначалната си съпротива и неодобрение, впоследствие е въведена в ситуация на исторически промени. Улиците на Лондон, който се оказва един от центровете на „младата“ мода през 60-те години, се превръщат в гъмжило от уникални експериментаторски дизайни.

Градът се превръща във вибриращо пространство за изкуствата, в комбинация с нарастващото отхвърляне на потисническата система на следвоенната класа. Традиционните ценности и правила са поставени под въпрос и дори са преобърнати в полза на младото поколение, което пренарежда модните очертания. Част от тази субкултурна вълна стават творбите на Ив Сен Лоран, Соня Рикел, Мари Конт, Барбара Хуланички. Богата цветова гама, райета, преплитащи се психеделични измерения, отразяващи имагинерни, космични пространства, съчетани с геометрия и стилизирана флора - всичко това изобразяват десените на 60-те и 70-те години на XX - ти век. Пространството е изпълнено с промени, отразяващи категорично дизайнерския подем и технологичния успех. Марион Дорн, Сю Пармър, Жика Ашер са текстилни дизайнери отразяващи философията на хипи движението в текстилните си проекти. То предефинира концепцията за любовта и социалните отношения. Нов смисъл добиват идеите за съществуване и действие и преосмислят ценностната система на 60-те. Дрехата става пряк посланик на различното мислене и навици, които внасят хипитата, цветовете и формите се променят, различна е не само визията на дрехата, но и модела на текстилния и интериорен и промишлен дизайн.

2. 2. Субкултурата Пънк и Киберпънк

Едва ли има човек, който да не е слушал пънк рок или да не се е докосвал до пънк културата. Искаме или не ние самите понякога ставаме съмишленици на отминала отдавна, но все още актуална пънк идеология. Класовото разделение, корупцията, дискриминацията са сериозните обществени проблеми, с които се занимава идеологията на пънка. Основата, на която е заложен е силният протест и желанието да заявиш себе си и своите възгледи. Пънкът се заражда в САЩ, Великобритания и Австралия в края на 60-те и началото на 70-те години на миналия век. Той намира средства, чрез които се изразява и това е - музика в стил пънк рок, а в основата му е характерна идеология - антиконформизъм, индивидуализъм и анархизъм.

Дрехата се превръща в олицетворение на тази идеологията, която отхвърля символите на силния богат човек, облечен със скъпи дрехи и консумиращ с пълни шепи

от масовата доминантна култура. Яркоцветна коса, агресивен грим, саморъчно скъсана тениска и кожено яке са характерни за пънк визията. Тя включва също така и ризи, покрити с лозунги от кръв, кръпки и противоречиви образи, мрежести чорапи, шипове и други бижута, предпазни щифтове по дрехите и пиърсинг по тялото и лицето. Някои от елементите на облеклото са обичайни и за двете страни на Атлантическия океан, а някои са уникални за определени географски райони. Обувките, които често се носят на сцената на пънка през 80-те, включват ботуши на „Доктор Мартес“ и ботуши за мотоциклетисти. Кожените поли се превръщат в популярна дреха за жените-пънкари, а тежките вериги понякога се използват като колани. Пиърсингите по тялото и големите татуировки стават много популярни през тази епоха. Пънкът изрязва стари дрехи от благотворителни магазини, разрушава плата и преобразява дрехите по начин, който да привличат вниманието. Деконструира дрехите и им придава нови форми. Разкъсаните тъкани, изкривените ръбове и размазаните отпечатъци се смятат за нормални през XXI - ви век, но през 70-те години на миналия век шокират много хора. Почитателите на пънк сами претворяват дрехите си, превръщайки ги в експресивен изказ на идеологията, която подкрепят. Първичността и свободата, с която те го правят довежда до нови форми в дизайна на дрехите. Смелото съчетание с ексцентрични аксесоари и скандален грим и прическа, допълват пънк визията, като дават началото на много подкултури, които популяризират и доразвиват пънк визията.

Изключително интересен автор и основоположник на пънк модата е дизайнерът Вивиан Уестууд. Благодарение на бунтарския си дух и новаторско мислене, през последните десетилетия, тя е поставена на пиедестал от модните критици. Именно Уестууд дава мощен тласък на модата на безопасните игли, карето и антиполитическите шампи. С специалното си внимание към детайла и сложна техника на скрояване на плата, тя създава строго идентичен дизайн, объркващ общоприетите шаблони. Времето, в което Уестууд твори е време на промени и крайности, младежите имат нужда да заявят себе си по нетрадиционен начин и това я вдъхновява да твори за тях. Потопена дълбоко в тези настроения, тя разбира нуждата от стилова революция и чрез таланта си участва в култивирането на уличния пънк, превръщайки го в произведение на модния дизайн. В нашето съвремие съществува един субкултурен жанр на научна фантастика, която се отнася до напредналата наука и техника, наречен Киберпънк. Това е култура с различен специфичен стил. Киберпънкът започва като литературно движение, но се развива и става субкултурен организъм. Той е комплекс от насложени въпроси, чийто отговори са непрекъснато променяща се субкултура и виждане за бъдещите промени. Началото започва от написаната дума, която преминава отвъд филмите, достига до всички форми на изкуство, мода и философия, които от своя страна задвижват една непрекъснато обновяваща се субкултура. Основоположниците на киберпънк движението са главно Уилям Гибсън, който се приема за основател, Брус Стърлинг, Пат Кардиган, Руди Ръкър, Джон Шърли и Луис Шайнър. Ние не можем да разчупим основната дефиниция на киберпънка и да разчленим думата, но все пак кибер се отнася до технологията и в много случаи се асоциира с киберпространството – тази дума която е измислена от Уилям Гибсон. Протагонистите в киберпънка са склонни да бъдат аутсайдери, антигерои, визионери. Основният аспект, който се отнася до всички

тези групи, е тяхната разрушителна същност. Да бъдеш пънк е да разпитваш властта и активно да разрушаваш онези правила, с които не си съгласен. В контекста на схващанията на киберпънка е основната им идея за бъдещия свят. А тя е да се премахнат социалните разделения между класите и несъответствията, които водят до конфликти. Съществува съвременна технология, но тя не успява да се справи с тази задача. Въпреки че я има, бедните слоеве на обществото нямат средства, за да се възползват от нея и така се разширява разделението между класите, а богатият елит има още по-голям достъп до технологиите. Пост-киберпънк има тенденция да се фокусира силно върху трансхуманизма, космическото пътуване и нововъзникващите технологии, които не са представяни през 80-те. Да бъдеш киберпънк е отношение, културно и социално осъзнато, точно като фантастиката, от която самата субкултура взема името си. Типичната визия на стила се създава от високотехнологични материи - латекс, гума, черна кожа, неопрен, холограми, багрила с променящи се цветове. Кибер визията често напомня своите герои от подобните филми или киберлитературата, които са продукт на внушителни и смели дизайнерски експерименти. Използват се електронни компоненти, електрически модули за изработване на аксесоари, а в самите дрехи са приложени сензорни елементи, течни кристали и чипове. Александър Маккуин, Жан Пол Готие и Оливие Лапидюс са привърженици на рафинирания вариант на киберпънка.

Много от нещата, които са предсказани в субкултура, се случват днес. Мощните корпорации доминират в глобалната политика и влияят на културата. Бедните обедняват, а богатите стават все по-богати. Игровият свят се слива с реалния чрез виртуални пространства като Интернет. Хакерите се доближават до корпорации, правителства и отделни лица. Киберпънкът е разпространен във всички форми на медиите, съществуват тематични филми, комикси, музика и разнообразни форми на изкуството. Той влияе на модата, архитектурата и философията. Кибер субкултура се оказва изключително добра среда за отваряне на съзнанието и полет на фантазията. В своята същност киберкултурата е и виртуално и реално пространство, което вдъхновява модата, за да създаде сложен образ, който ни разказва и показва тънката линия между пространствата.

2.3. Субкултурата Хип-Хоп

Хип-хоп е течение в културата, което възниква през 60-те и 70-те години в Ню Йорк, в средите на афроамериканците и латиноамериканците. Хип-хоп е понятие, включващо четири елемента: диджействане, графити, брейк танци и рапиране. Корените на хип-хоп културата залягат в афроамериканската музика. Важен принос имат изпълнители като Ласт Поуитс, Джалал Мансур Нуриддин и Джил Скот-Херън, чиито джазови творби оказват влияние върху обществото в периода след движението за граждански права. Липсата на гласност на афроамериканците след цензурата на „черното радио“ през 60-те се замества с по-смелата лирика в музиката на блус, соул и фънк жанра. Те изразяват бунтарския дух на потиснатите граждани на САЩ. Отстояващ позицията си на социален протест и съобщителен източник, хип-хоп

културата окончателно се превръща в сложно културно тяло, със своя мисия и насоченост. В разгара на Новата школа през 1996 г., когато непрекъснато се изтъква положителността и четирите елемента, които хип-хоп културата притежава, група хип-хоп дейци от зората и настоящето на движението (KRS-One, Chuck D, Big Daddy Kane, Kool Herc, Afrika Bambaataa, Fat Joe и др.) създават общност за опазването и разширение на диапазона на културата в смисъл на нещо, което култивира участниците и слушателите.

Организацията, наречена Temple of Hip Hop, има за цел да предпазва хип-хоп поколението, като изгражда хип-хоп културата като легитимна общност от проспериращи и миролюбиви личности. Членовете се стремят да надскочат своето изкуство като просто забавление, а да се култивира знанието, достойнството и самоуважението. Същността на Temple of Hip Hop подхранва идеята за поемане на отговорност за съдържанието на посланията и образите, възпитателна функция, чрез графити изкуство, диджеинг, бийтбоксинг, улична мода, улично познание, уличен език, подкрепящо уличния начин на живот.

Bling Bling ерата е най-продължителният период в развитието на хип-хоп културата, която започва през 1998 г. и продължава да съществува в настоящето, като проследява последните и текущи тенденции в хип-хоп културата. Той се характеризира с хиперматериалност, показност на имущество, изобилие от бижута, изместване на златото от платина и диаманти; нехарактерни тонове на дрехите - розово, жълто, бебешко синьо; пищни коли с излъскани до огледалност джанти; хеликоптери, "облицовани" отвън с естествена кожа или пух; златни тоалетни чинии; почти неназрачлив сексизъм след 2000 година; отсъствие на gangsta мотиви; скъсени поетични строфи; никакви оръжия и липса на идеология и бунт. Хип-хоп културата обхваща други творчески общности, като допълнение за артистите, които правят тази музика, сред които най-важни са брейк танцьорите (Б-бойс). Те използват улиците като място за изява. Брейк танцьорите (Б-бойс), момчета и момичета, се нуждаят от свободни джинси и тениски, за да се движат без ограничения като показват естетиката на хип-хопа. Широките дрехи, необходими за заниманието им стават и техен отличителен стил, така те са лесно разпознаваеми извън средата, която изисква този тип облекло. Уличното изкуство и мода се пресичат в работата на дизайнера Стивън Спрауз (1953-2004), който се потапя в сцената на Ню Йорк през 80-те години на ХХ-ти век и се прославя със своите десени, вдъхновени от графитите. Развлечената бяла тениска е важна част от хип-хоп визията. Тази неофилска естетика също се прилага и към обувките и бельото (често изложено на показ при смъкнатите джинси). Съзнателната употреба на дрехи, обличани само веднъж преди да бъдат изхвърлени, добавя и усещането за успех и богатство.

Друга жизненоважна област за самоизява е прическата. Към средата на 80-те години, забележителен е видът с изсветлен висок връх. Косата е обръсната отстрани, с дълги кичури, стърчащи от върха на главата (отстрани обръснатата част може да е на фигури). Хип-хопът е предимно начин за изразяване на афроамериканския опит, който продължава да се обвързва със социалните проблеми, пред които тези градски

общности са изправени и са силно зависими. Това е послание и то е отправено и към двете общности – оригиналните социоетнически групи и към широката младежка култура, също така и към модните къщи.

Политическият произход на хип-хопа кара ранните артисти като ЛЛ Куул Джей (LL Cool J), Обществен Враг (Public Enemy) и Рън ДМС (Run-DMC) да отхвърлят висшата мода и традиционно желаните марки и вместо тях да възприемат спортните дрехи и уличния стил. Типичното облекло включва шапка с форма на кофа „Кангол” (Kangol), анцунг „Адидас Суперстар” или маратонки Allstar на Чък Тейлър. Шапката Кангол става почти задължителен аксесоар и е куриозно допълнение, направено от английска компания, създадена от 1938 година. Има дълъг списък от дизайнери, които трябва да благодарят на хип-хопа за това, че техните продукти са станали известни на хората, които вероятно не разлистват страниците на Vogue. Първите герои на хип-хопа украсяват пишно телата си с асортимент от грабващи вниманието кожени костюми, украсени с капси, метални плочки и тъмни очила. Облечени в хип-хоп стил и несъмнено негови посланици са известните рапъри Tim Dog, Puff Daddy, Турас Shakur. Всеки от тях носи излъчването на силна личност, готова да защити музиката и текстовете си пред публиката. Родена в крайните квартали на големите градове арогантна и освободена сега, уличната мода е в пълна симбиоза с музикалната сцена, чрез която светкавично достига до хиляди фенове.

Преминала през много периоди и влияния неусетно самата хип-хоп култура се намесва и повлиява на обществото. Излязла от обществено пространство и разпространена в друго обществено пространство, хип-хоп културата продължава своето развитие и днес. Феновете ѝ я следват и тя е истински пример за това, че вдъхновението понякога се ражда от страданието. Прераствайки в различни стилистични разновидности и концепции, тя е символ на човешката еволюция посвоему и носи в себе си послания обърнати към наболели обществени проблеми. Заедно с останалите елементи на хип-хопа, модата има възможността да съпътства промените, като винаги носи белезите на пространството, от което произлиза - улицата. Спецификата на жестовете и танците изискват тя да открие и запази конкретни лесно разпознаваеми характеристики в облеклото.

2.4. Бляскав рок и диско

През 70-те години на ХХ-ти век и във Великобритания и в САЩ се поражда културно движение, което е като противоположно на суровия икономически климат. Британският отговор на икономическата депресия е бляскав рок – движение, започнало в началото на 70-те, очертано чрез театралността и ексцентричността на облеклото, а в САЩ диско движението възниква след 1976 г. Въпреки че и двете движения споделят една и съща любов към пайетите и отличителните вариации на тесните трика, бляскавият рок е далеч по-пищен, което се вижда в сценичните костюми на британските музиканти Елтън Джон и Марк Болън. Движението облагодетелства андрогинията (едновременното мъжко и женско начало) с Дейвид Бауи и неговият

плакат като момче, облечено в дрехи на, родения в Япония дизайнер, Кансай Ямамото. Невъздържаното разточителство включва ботуши на високи платформи, боядисана коса, къса отпред и дълга отзад, оцветени лице и тяло. Големите платформи на британският дизайнер на обувки Тери де Хавиланд са по краката на много от бляскавите рокери. Тези претрупани и непохватно издържани творения, са типична мода, направена от змийска кожа, апликирана с цветя и ленти в цветовете на дъгата, и са носени еднакво както от мъже, така и от жени. Чифтът обувки на Елтън Джон, направен по поръчка, е украсен с неговите инициали.

Други лондонски бутици, като например тези на Алкасура на Кингс Роуд и „Биба магазин“ на Барбара Хуланицки, предлагат вид небляскав рок с ексцентрична смесица от якета с пайети, боа и пера, натруфени елечета с пшени кепета. Бутикът „Господин Фрийдъм“, притежаван от Томи Робъртс, открит през 1973 г. на Ковънт Гардън, предлага анимационно изрисувани тениски, сексапилни сатенени панталони и къси пилотски якета и ризи от сатен, боядисани в основни цветове. Панталоните с висока талия, прилепнали към бедрата и разкроени над ботушите се носят с малки пуловери, украсени с космически мотиви.

Диското може да се свърже и с модата, и с културата и достига своя зенит в края на 70-те години на XX-ти век. Музикалното вдъхновение идва от латино, фънк и соул музиката и наследената сексуалност на тези жанрове се отразява в модата на облеклото, което обгръща фигурата, така както танцьорите с леко докосване се движат в спирала в светлината на камерата и огледалните топки на дансинга. Светлините на диското отразяват отблясъците от ламето, на блузите с висока яка, блузите с пайети с форма на цилиндър и обвиващи плътно тялото панталони от Спандекс.

През 1977 г. диското е наложено в модната култура чрез популярността на филма „Треска в събота вечер“. Филмът с Джон Траволта, облечен в бял костюм от три части, разпространи диско стила, който не е скъп и е лесен за копиране от преобладаващата мода. Диско дрехата се появява на разнообразни сцени. В пространството на музикалния клуб или на кино площадката тя вдъхновява почитателите на звездите да ги последват в техния стил. Разпространяват се синтетични, разтегливи тъкани във варианти от трико и дрехи, които правят формата на тялото съзнателно зависима от спандекс; носят се остри токчета и чорапи до глезена. Британската марка Swanky Modes е на четирима млади дизайнери, разпространяващи диско-визията във Великобритания - прилепнало облекло от ликра, с характерен вехт силует, празнуващ откритата си секси естетика през 1970 г. в образите на френския фотограф Ги Бурден. Популярността на диското и бляскавия рок стигат до естествен край, когато ново младежко движение се въздига и въстава. То е заменено от строгата естетика на пънк рока.

Глава трета

Сцената като пространство влияещо върху дрехата

3.1. Мода родена на музикалната сцена

В нашето съвремие сме свидетели на разнообразни стилове на обличане, а дизайнерите в своите колекции се вдъхновяват и повлияват от различни фактори. Пред техния субективен поглед се разкриват множество пространства и възможности за вдъхновение и развитие на идеи. Едно от тези пространства е най-абстрактното от всички изкуства - музиката. В средата на 20-те години на ХХ – ти век културата в големите градове Париж, Берлин, Ню Йорк процъфтява, давайки началото на концепцията за „оживените двайсет“. Архитектурата, живописата, модата и музиката разперват криле и поемат напред към динамичното темпо на нова ера. Музиката е обогатена от новия жанр - джаз, който идва от Съединените Щати и първоначално е осмян от консервативните още европейци, но скоро след това се превръща в олицетворение на интензивния начин на живот в големия град.

Възниква и нов танц наречен чарлстон. Роден в Южна Каролина като бърза форма на фокстрот, той светкавично се разпространява по света. Този динамичен танц се характеризира със специфично завъртане при глезена и скоро се превръща в интернационална мания. Естествено, новият танц изисква определен вид жест и поведение, както и облекло, което да подчертава и показва изразително характера му. Танцьорите често носят дълъг тесен копринен шал и ослепителни бижута, които правят техните мигове на дансинга да изглеждат още по-оживени и бляскави. Жените са облечени в относително къси рокли, завършващи с ресни, така че глезенът им да показва специфичните стъпки на танца. Ресните се поклащат в ритъма на тялото и подсилват движенията на танцьора. Използването на специални материи и обогатяването на линията с детайли, внася специфичен лукс в роклята. Под звуците на музиката, облечени в бляскавите си костюми с пухкави пера и дълъг наниз от перли, дамите с изящния си силует придават очарователната си енергия на публиката. Скоро всички, носещи това емблематично облекло са наричани „чарлстони“. Музиката на чарлстона носи духа на своето време, характерът на танца изисква и вдъхновява дизайнерите да търсят нови форми на изказ в сътворението на дрехата. Чарлстонът е популярен през 20-те години, но когато джаз музиката започва да се влияе от движението на танцьорите на сцената, възниква необходимостта от обратна връзка с група от музиканти, която свири в синхрон с танцьорите.

В края на десетилетието, взаимодействието между бенда на живо и танцуващите, еволюира в нова музикална форма, наречена „суинг джаз“. Линди Хоп го нарича още суинг танцуване или The Jitterbug. Суингът се определя като стил през 1935 г. в САЩ. Той се отличава със силна ритмична част от средно бързо до бързо темпо и отличителен приповдигащ ритъм, характерен за повечето форми на джаза. Според видни джаз-музиканти като Луис Армстронг и Дюк Елингтън няма съществена разлика между джаз и суинг и джазът по принцип не може да съществува без суинг.

Музиката е една важна част от творческата комуникация. Използването на любовта на потребителите към музиката е тактика предпочитана от пазарните специалисти, за да създадат по-дълбоко и по-запомнящо се представяне на продукта или бранда. Развитието и появата на нови дигитални музикални канали също служи за тази цел. Не е изненада за никого, че музиката е вече неделима част от идентичността на марката, особено когато се отнася за облеклото и модата. Избирайки правилният или понякога грешният артист, той се свързва с марката и това може да окаже огромно влияние върху неговата слава, но може съответно да окаже и обратният ефект, т.е. да пропадне до дъното. Артистът става живото олицетворение на марката, като рекламира един идеал, към който феновете се стремят. Свързването на марката с много популярен артист може да предложи многократни ползи, включително и получените наготово фенове и постоянният медиен интерес. Големи музикални имена могат да донесат мигновено уважение и успех.

„Бийтълс” са емблематични артисти, които довеждат до истерия своите фенове и са достатъчно нетрадиционни, за да шокират родителите им. Стилът тортор се счита за типичен за непокорните и бунтарите. Техните костюми без яки, обувки с токове, хипи туники, кръглите очила на Джон Ленън, са оставили такъв отпечатък, че винаги изплуват във времето. Агнешка, Бьорн, Бени и Ани-Фрид избухват на музикалната и на модната сцена през 1972 г. под името АББА, представяйки в САЩ нова концепция, наречена “Скандинавски шик“. Техните тоалети са провокативни и горещи: опънати панталони с пайети, сребристо лунни ботуши и върху всичко това - бели кимона. Мода и музика вървят ръка за ръка, а вдъхновението се развива и в двете посоки. Музикантите са облечени от дизайнери, които на свой ред са вдъхновени от звездите на сцената. Рано или късно поп и рок звездите винаги проправят път на масовата мода. Безграничната смелост е истинско вдъхновение за дизайнерите. Жан-Пол Готие споделя: „Осемдесетте години на миналия век винаги са като възраждане. Ето защо аз пожелах да пресъздам хората, на които се възхищавам и с които съм работил, които са носили дрехите ми и чиято визия аз обожавам“. Двойници на поп-иконите от 80-те дефилират и събират аплодисментите на ценители и критици в Париж. Своеобразна дан към артистите с недостижима звездна слава е поредното сензационно хрумване на ненадминатия Жан-Пол Готие. Дизайнерът изтъква, че именно музикалните звезди са повлияли на модата като цяло, но и конкретно на „неговата мода”.

3.2 Театрална сцена и костюм

Сцената е пространство, което приютява изкуства като драма, опера, балет, пантомима и си има собствен живот и закони. Веднага щом облеклото стане нещо повече от обикновено приспособление за благоприличие или защита от атмосферни условия, то неминуемо поема някакво драматично качество. Първобитният човек би разбрал достатъчно добре това. За него облеклото изобщо е драматичен жест. Дори когато не носи дрехи в обикновения живот, той има навика да се „облича за танц“. Историята на театралния костюм се връща в самото начало на човечеството. Ранният човек смята, че танцът е абсолютно необходим във всички стадии на живота. Примитивната религия всъщност е нещо, което трябва да бъде „танцувано“. Но дори

преди да достигнем етапа на религията, в смисъл на система от вярвания, ние откриваме племенни танци, които предизвикат появата на играта. Примитивният човек се опитва да прилича възможно най-много на животните, на които иска да повлияе. Голяма е крачката, която се прави между ритуалната драма, дори ако включва самото представяне на бога, и истинския театър, с неговите превъплъщения на човешки персонажи. Тази жизненоважна крачка е направена от гърците, които като започват с „обличане за танц“ (ритуално преобличане), преминават към шедьоврите на Есхил, Софокъл и Еврипид. Западната театрална традиция има своите основи от гръцките празненства и спектакли, разигравани още през VI век пр. н. е. в чест на Дионис, бога на виното и веселието. Танците, песните и хоровите изпълнения се превръщат в драма през 535 г. пр.н.е., когато драматурга Теспис въвежда присъствието на актьорска игра и хор. В Рим театърът поема в по различна посока в своето развитие. Римляните взаимстват способности от гръцката комедия като я превръщат в зрелище. Основният принцип на римските представления е да забавляват масите. Така от представления на полуголи жонглиращи жени, римляните стигат до представянето чрез гладиаторските битки на специални спектакли, в които се разиграва реално живота на гладиаторите, в битка със свой съперник или с животни. На терен или във вода, гладиаторът излиза пред екзалтираната публика в ролята на своя герой в специален атрактивен костюм, подчинен на идеята за страх и зрелищност. Гладиаторите носят аксесоари и оръжие, съобразено с техния персонаж: „боец на колесница“, „мъжът преследвач“, „мъжът риба“. Въпреки че римляните правят свои собствени допълнения, решенията за костюми, установени от гърците, остават по същество същите до падането на Римската империя.

Християнската църква по време на средновековието е заклет враг на драмата, но тъй като службите в храма се извършват на латински, който все по-малко енорияши разбират, свещениците измислят начин да драматизират литургията. Представят мистериозни пиеси, драматизират събития от светите писания. Все повече това се случва както в църквата, така и извън църковното пространство, а когато стават по-сложни, те се преместват на градския пазар. Костюмите, носени в ранните религиозни драми, са били църковни дрехи.

По време на Ренесанса елементите като пейзаж и костюми, стават по-важни от самия текст. В цяла Европа благородниците организира пищни балове с маски за забавление на своите гости. Костюмите изобразяват богове, животни и митологични същества, както и емоции като надежда и радост. Комедия Dell'Arte е форма на популярна улична комедия, която се появява в Италия през XVI век. Групи от пътуващи актьори представят до голяма степен импровизирани пиеси в цяла Италия и Европа. Подобно на представленията в Древна Гърция, комедийните актьори са разпознаваеми чрез маските, които носят и традиционните костюми.

Театралният костюм е подчинен на специфични изисквания. Поради специфичните акценти и мащаби, не е подходящо театралното облекло да се носи на улицата. Костюмът е проектиран да се вижда на разстояние от тридесет или четиридесет фута. Детайлите са преувеличени, за да станат видими. Облеклото във

филма, в противовес, е до голяма степен предназначен за близки кадри. Извивките в кройката са изрязани по-високо, отколкото в традиционното производство, за да позволят на актьора да бъде свободен в движенията си. Понякога се налага бърза промяна или смяна на костюма, така че това също е специално съобразено по време на конструирането му.

Костюмите трябва да бъдат изработени достатъчно здрави, за да издържат на осем обличания седмично в продължение на месеци или дори години, с необичайно почистване или пране. Въпреки, че в театъра се предпочитат повече естествените платове, които могат да се обработват и багрят лесно, художникът по костюмите намира много нестандартни материали и тъкани за осъществяване на идеите си, което дава много голяма свобода в израза, тъй като театралното пространство не изисква съобразяване с фактора „носимост“. Добро театрално приложение намират материали като термопластичен лист, пластмасова мрежа, използвана от ортопедични хирурзи, различни видове пяна, с която може да се моделира деформация на тялото.

Много важен фактор за театралния дизайн на костюмите е връзката между дизайнера, актьора и средата. Костюм-дизайнерът за театър или кино проучва и анализира всеки знак поотделно. Целта е да се разбере индивидуалността на героя, която костюмите трябва да излъчват. Дизайнерите трябва да проучат възможностите за направа на костюм за всяка роля, като си задават въпроса какво може да носи всеки знак във всеки даден момент, във всяка дадена сцена и да изследват по-дълбоките отношения между героите. Театралният костюм служи за целите на пиесата или филма и подпомага актьора в изпълнението на неговата роля. Той също така определя характера, който актьорът играе в мястото и времето на драматичното действие. Театралният костюм става част от личността на изпълнителя и му помага да управлява и оформя своята роля. Химията на пиесата или филма се основава на химия на личните взаимоотношения между хората, които сътрудничат на продукцията.

Дизайнерът на костюмите може да променя действителните пропорции на тялото, ако сюжетът или режисьорът изискат това да подкрепи даден образ. Когато се сблъскват със специални случаи от този вид, моделиерът изтъква своите правомощия за наблюдение и изобретателност. В книгата за документиране на исторически костюми от гардероба на Ла Скала, Милано, италианската костюмографка Анна Ани отбелязва, че причината, поради която тя никога не е изпитвала трудности при проектирането на костюми за най-великите оперни певци в дългата си художествена кариера - от Съдърланд до Дел Монако, от Фрини до Ди Стефано, Доминго до Кабале и в това число и Павароти - е вероятно, че винаги се е опитвала да посрещне техните нужди, като успява да подобри визуалната линия на изпълнителя и общото изображение.

Театралният костюм носи характер, като в същото време „облича“ изпълнителя. С други думи, костюмът дава на сцената визуален образ чрез облекло, на преводача на ролята. Костюм дизайнерът, черпи своето вдъхновение за дизайн въз основа на сценичното пространство и с поглед към самата роля и актьора, който я играе и по този начин помага да се създаде интегриран, колективен, жив, художествен образ. Дрехата в

театралното пространство има необятен образ, тя е подчинена на драматургичното сценично пространство, тук правилата от живота за удобство, носимост или тенденция не са меродавни и дрехата добива собствен живот, подпомагайки този на героя. Тук тя може да прелъстява или отблъсква, да се слива с дълбокото сценично пространство или да сигнализира с колорита си, тук в пространството наречено театър, дрехата оживява по уникален начин с необикновено предназначение.

3.3. Мода под влияние на кино-пространството

От времето на нямото кино, чак до съвременните дигитални ефекти, киното разказва, удивява и съпреживява. То е едно от най-космополитните изкуства, още от 20-те години на миналия до сегашния XXI - ви век, даващо възможност на невъзможното да се „сбъдне“. Ето как киното влиза в колаборация с модата, прибавяйки още една функция към останалите си - да продава.

През 20-те години на миналия век Париж е олицетворение на модерния живот и културна столица на Европа, тук жените купуват своите дрехи и четат за последните модни тенденции. Това е времето, в което се развиват науките и се правят множество открития. Киното става все по-популярно и усъвършенствайки се постепенно през 30-те години на миналия век, слага край на немите кадри. Кинозвездите се превръщат в капризни и ухажвани модни диктатори. Идва епохата на легендарните образи, които остават в историята със специфичния грим и къдрици в косите, ефектни рокли, голи гърбове, блясък и брокат.

Първият договор за филмови костюми е през 1931 г. с Коко Шанел. Следва творчеството на легендарната Маделин Вайонет и елегантните визии, подобни на римски скулптори. Шедьоврите на Елза Скиапарели и нейните тоалети дълго време властват в Холивуд и стават любими дрехи, носени и извън снимачната площадка. Оригинално й виждане за света привлича към творенията й дълъг списък от знаменитости. Сред тях са Марлене Дитрих, Гари Купър, Грета Гарбо, Мишел Морган, Джоан Кроуфорд. Дрехата е новия герой, излязъл от лентата и дал шанс на хората да го притежават, тя е носена от известни актриси, участвала във вълнуващи фото и кино кадри. Костюмът придобива кинематографична история, като става компонент от цялостния образ, който актрисата пресъздава. В кинопространството облеклото има изключително важна роля, то подкрепя изцяло жеста, емоцията и характера на героинята. Оживявайки пред обектива, дрехата придобива собствена биография, още преди да бъде предложен на клиентите. Дамите се съревновават, за да получат този тоалет и така несъзнателно или съвсем съзнателно стават част от една нова перспектива в пространството на своя собствен живот.

В златния век на в Холивуд филмовите костюми си имат собствена златна епоха като, играят няколко важни роли. Те помагат да се осигури перфектен външен вид и завършеност на филма, независимо дали той е исторически или съвременен. За актрисите и актьорите, костюмът често помага да се дефинира тяхната роля и често

дори самите те определят собствения си имидж чрез него. Точно в този период на бум на киното през 30-те и 40-те години на миналия век, все повече жени се преместват в градовете и навлизат в работна среда, а модата от екрана им дава вдъхновение как да се обличат. Екранните тоалети на водещи звезди от киното стават толкова влиятелни, че дори исторически филми предоставят модерни идеи за ежедневни рокли. Това е лесно, тъй като почти всички костюми в холивудските продукции съчетават исторически елементи, като запазват и съвременното от света на модата. Така зрителите могат да намерят нещо, което да се адаптира към собствения им гардероб, и производителите на облекла вече са съобразили и подготвили. Целта на холивудския дизайн на костюми не е да се търси историческата точност, а да се популяризират филмовите герои. И по този начин, бързо и неусетно, дизайнерите на филмовите костюми започват да диктуват тенденциите в модата. Студията засилено инвестират в имиджа на филмите си, за който и костюмите играят незаменима роля. Особените облекла и модни стилове за всяко студио са до голяма степен определени от дизайнерите Уолтър Плукет, Хауърд Гриър, последван от Травис Бандън, а после и Едит Глад. „Уорнър Бродуейс“ подкрепят работата на Ори Кели и Мило Андерсън. През XX-ти век „Фокс“ има много дизайнери и затова никога не установява единен стил. Когато Шарл Ле Майър става главен дизайнер, той ръководи разнообразен и талантлив екип, включително Травила и Мери Уилс. А за „Колумбия Пикчърс“ работи Жан Луис. Историческите филми имат своето място, но съвременните филми често носят модния печат на силни стилисти като Адриан, Травис Бантон, Ирине, Ори-Кели и Жан Луис. Визията на богатството, която е толкова желана в много филми, се постига с помощта на богато копринено кадифе, брокати и фино изработена бродирана тъкан. Кожите са многобройни, включително и истински хермелин, използван от кралските особи на Европа.

Киното вдъхновява с възможността да създава живи и дълговечни образи ... и да продава, разбира се. Незабравим остава стилът на Грета Гарбо и Марлене Дитрих, наложила панталона, на легендарната Мерилин Монро и ненадминатата Одри Хепбърн, вдъхновила Живанши за не един от нейните тоалети. Ерата на „Фабриката за мечти“ в Холивуд е откъс от времето и пространството, който дава възможност на много творци да осъществят мечтата си за реализация в сферата на филмовия костюмен дизайн. Създава се благоприятна среда за раждането на много запомнящи се образи от екрана. Те от своя страна стават звезди със собствен облик, подкрепяни от средата, в която творят, а показването им изисква определено поведение и имидж, изисква задоволяването на определени очаквания от почитателите, изисква стил, чрез който образът олицетворява себе си. Многобройните почитатели следят тенденциите, създадени за киното от модните дизайнери и търсят моделите в бутиците. Така дрехата изиграва своята главна роля в спектакъла на филмовия и реалният живот.

3.4. Балетен костюм

В най-ранните балети от XVII - ти век жените са облечени в тежки костюми, с перуки и бижута и заедно с мъжете танцьори носят обувки и кожени маски, комични или трагични изображения, които представляват характер, изобразяващ и в същото време скриващ всички реални изражения на лицето. Балетният костюм е предназначен

да засили визуалния ефект на танцовите движения. В началото на XVIII – ти век Мари Соле танцува в обикновена рокля от муселиново покритие, тя изоставя кожената маска и по този начин предвещава реформите на Жан Жорж Новере, който 25 години по-късно успява да премахне маската и да хармонизира всеки детайл на костюма с цялостното му създаване.

До края на XVIII – ти век балетът претърпява бързи реформи. Съществуващата обемна пола е отхвърлена в полза на прилепнали по тялото туники, вдъхновени от гръцките дрехи. В търсене на нови движения и експеримент през 1790 г. се стига до изобретяването на чорапогачи, които позволяват наистина огромна свобода на движението, а малко по-късно около 1820 г. се въвеждат и обувките с блокирани пръсти. Мария Тагилиони представя „романтичното костюмче“ през 1832 г. - многослойна пола, на около 30 см. от пода, която през 1880 година е скъсена, за да разкрие целия крак.

Мари Камарго става първата танцьорка която скъсява балетните си поли и сваля обувките и обува балетни „Чорапогачи“, които се налагат като част от костюма, за да получи необходимата свобода на движение и да покаже бързо движещите се крака. Камарго учи в Париж под ръководството на Франсоаз Превъст и танцува в Брюксел и Руан преди дебюта си в Парижката опера през 1726 г. в *Les Caractères de la danse*, в което печели неочакван триумф, чрез импровизация на грандиозно соло. Мари Камарго е забележима фигура в света на балета, внесла иновации не само в техниката на танца, но и в специфичния костюм.

Мария Сале е родена през 1707 г., тя е известната френска танцьорка и хореограф, изпълнявала експресивни драматични танци в период, когато демонстрациите на техническата виртуозност са много популярни. Първата жена, която хореографира балетите, като вгражда в едно музиката, костюмите и танцовите стилове на балета със сюжета, съперник на Мари Камарго. През 1734 г. изразителната френска танцьорка Мария Сале заема мястото си като първата хореографка на балета. Докато е в Лондон, тя поставя балет за историята на Пигмалион. За ролята на Венера в нейния революционен Пигмалион (също изпълнен за първи път в Лондон през 1734 г.), заменя ограничаващия костюм, характерен за балета от XVIII – ти век с рокля в гръцки стил и свободната неподредена коса. Сале постига най-големия си успех именно там, където през 1734 г. прави солово изпълнение. С течение на времето тя променя своите възгледи за танца и като хореограф започва танцова революция, която допълнително подкрепя с модифициране на костюма. До този момент балетните костюми са тромави и неестествени, съобразени с благородното наследство на изкуството. Танцьорите са облечени в кожени облекла, които в крайна сметка са твърде неподходящи за движенията.

В средата на 20-ти век, особено в съвременните балети, на сцената се появява уличната рокля, която подчертава релевантността на танца към съвременния живот. Голяма част от балетите в стила на хореографа Джордж Баланчин са танцувани в това, което обикновено се смята за практическо износено - голи рамене, с тънки презрамки,

добре прилягащо елече и дълга мека пола като камбанка, която се оформя идеално за романтичния облик на костюма. Всъщност дългата бяла романтична рокля, която в крайна сметка се превръща в емблематична част на костюма за балет, може би е еволюира в продължение на много години.

Известни по-късно като класически костюм и добили популярност в балет като „Лебедово езеро”, тези по-свободни дрехи се вдигат все по-нагоре, като стават още по-къси, когато балетът навлиза в 20-ти век, а добавените слоеве тарталан създават ефект на разгарящ се пламък. През 40-те години на миналия век са вмъкнати обръчи от тел, за да може да се открояват бедрата. Тюл, колосана коприна, найлон или изкуствена коприна, скоро заменят тарталана, правейки обръча вариант, а не необходимост. Външното му великолепие е възможно благодарение на вътрешната същност, който поддържа танцьорката (корсажът дава възможност на балерината да се движи свободно), а сладострастието на полата прекрасно крие късите гащи. Балетната пола е с до девет поддържащи слоя, като всеки отрязък постепенно става по-широк, а десетия е декоративен горен слой, готовият класически тоалет е често орнаментиран с пайети, мъниста или изкуствени бижута. Всичко това е ръчна изработка.

Днес костюмът може лесно да стигне цена от 5 000 долара, като рядко се предлага за 1,500 долара. Балетният костюм оформя движенията на танцьора, конструкцията му подкрепя физическата природа на балета. Носенето му като цяло в кариерата на класическия танцьор означава, че той е напълно готов за сцената, тъй като нищо не излага точността на класическата техника, така както късата, изпъкнала пола с фиксирания корсаж. Всеки костюм има своя собствена история, с улики за сценичния си живот и връзка с тялото на балерината, която е запечатана дълбоко в шевовете му.

Танцът е ритмично движение на тялото, в пространството с музикално присъствие. Той е мощен импулс, който се предава от изкусни изпълнители, и е средство за изразяване на идея или емоция. Танцът е комплексно изкуство, чийто главни компоненти са движение, музика, пространство, между който не на последно място се нарежда и танцовият костюм, като подкрепящ спектакъла компонент. Спецификата на всеки танц и сцена изискват от своя страна определената конкретна визия на героя.

Най-трайна следа след себе, в областта на сценичното облекло, оставя романтичния балет от XVIII–XIX век, в който самите танцьори са откривателите на нововъведенията в костюма. С течение на времето, благодарение на техния опит, костюмът придобива по-лека и свободна визия, която чисто технически дава по-голяма свобода на движението. Той привлича със своята изящност и оставя впечатление за лекота, полет и прецизна изработка, подчертава грацията на тялото, изпълняващо класическия танц.

В пространството на балетната сцена костюмът намира своето важно място във времето и претърпява промени, от които се раждат много разновидности, но запазва и класическата си форма, която може да се види и в днешните спектакли. На балетната сцена се среща очарователен вариант на дреха, от който лъха много нежност. Разбира

се актьорите трябва да се справят с някои неудобства на костюма, който скрива краката на балерината за партньора, но фееричността и уникалната постройка на пачката придават въздушност и лекота на танца. В балета както на театралната сцена, костюмът налага своето важно присъствие, изцяло съобразено с авторските идеи и пространството, като съчетава силно визуално впечатление, мистика и романтика.

3.5. Кабаретен костюм

Кабаре (от английски: /kæbəreɪ/) е форма на забавление, включващо музика, песен, танц, рецитация или драма. Основно се отличава с мястото за представления, което може да бъде ресторант или нощен клуб със забавна програма. Думата кабарете е използвана за пръв път през 1655 г., а до 1912 г. кабарете означава ресторант или нощен клуб. Ранните кабарета не са имали официални развлекателни програми и често са използвани като места за срещи на писатели и художници. За писатели като Лафонтен (La Fontaine), Молиер (Moliere) и Жан Расин (Jean Racine) е известно, че често посещават кабарето, наречено Mouton Blanc.

През 1773 г. се оформя особено уютно пространство за хората на изкуството, като френските поети, художници, музиканти и писатели започват да се срещат в кабарето, наречено Le Caveau, където композират и пеят песни. Le Caveau съществува до 1816 г., когато по принуда затваря, тъй като клиентите му пишат песни, подиграващи монархията. През XVIII век се появява кафенето-концерт, което предлага храна заедно с музика, певци или фокусници. В началото на XIX век се появяват много кафенета в Париж. До 1900 г. те са повече от 150 на брой.

Първото кабарете в модерния смисъл на думата е Le Chat Noir в бохемския квартал Монмартър, създадено през 1881 г. от Родолф Салис – театрален агент и предприемач. Той комбинира музика и други забавления с политически коментари и сатира. Писатели и художници намират там своето вдъхновение. Домакинът Родолф Салис започва всяко шоу с монолог подиграващ богатите и депутатите от парламента, създавайки вицове за събитията на деня. До 1896 г. в Париж има петдесет и шест кабарета и кафенета, заедно с дузина музикални зали. Някои от тях са чисто театрални, които продуцират кратки сцени от пиеси, а други се фокусират върху еротиката. До края на века има само няколко кабарета от стария стил, където се събраха художници и бохеми.

Музикалната зала, представена за първи път в Лондон, се появява в Париж през 1862 г. Тя предлага повече музикални и театрални продукции, със специално внимание към изящните костюми, показани под формата на песни и танци. „Мулен Руж” е сред най-популярните кабарета в цял свят, превръщайки се в родното място на танца, известен като френски Can-can. Той спомага за популяризирането на певците Едит Пиаф (Édith Piaf) и художника Толуз Лотрек (Toulouse Lautrec). През лятото се правят вечерни шоута, представящи двадесет и три различни акта, включително певци, акробати, коне, мимове, жонгльори, представление с лъвове, мечки и слонове, и всичко

това, съчетано с поне две изложби на ден. През XX век конкуренцията от филми принуждава танцовите зали да се представят с по-зрелищни и по-сложни представления. „Лидо“ (Le Lido) на Шанз-Елизе се открива през 1946 г., като представя Едит Пиаф, Laurel & Hardy, Шърли МакЛейн, Марлене Дитрих, Морис Шевалие. Много съвременни кабаре групи в САЩ и другаде, се отличават с комбинация от оригинална музика, бурлеска и политическа сатира, които могат да бъдат намерени в групи като Cabaret Red Light и Leviathan: Political Cabaret. Клубовете, които дават началото на сегашната мода на танцовия клуб, са „Кабаретния клуб“ в Хедън Стрийт, където се очаква членовете да се появяват във вечерни дрехи. Самото място, течение на времето и еволюцията, вече е възприемано различно, както и самото пространство изисква определено естетично облекло.

В кабаретните танци, по-специално в тези на „Мулен Руж“, това, което привлича вниманието е – екстравагантен костюм както при мъжете, така и при жените. За жените са направени богати костюми от пера, пайети и кристали. Цялото танцово облекло е изваяно в пищни детайли, които придават сценичен блясък на материята и преобразяват танцьорката. Сценичното пространство изисква някои правила да бъдат спазени, така че дрехата да бъде представителна за шоуто и удобна за танца, а стилът на спектакъла предполага декорирането на костюма да бъде богато, и впечатляващо публиката. Жестът при дрехата по време на танца е от изключително значение и в подкрепа на контакта със зрителя, който трябва да бъде очарован от красотата на изящните тела в симбиоза с костюма, придаващ усещане за грация и лукс под светлината на сценичните прожектори. Костюмите са много разнообразни. Обикновено жените носят корсет, който е богато декориран, а долната част включва множество пера, придаващи лекота и ефирност на фигурата. Мъжкият костюм в „Мулен Руж“ е подобен на този на жените. Мъжете носят черен смокинг, бяла риза, ръкавици и шапка, които придават по-спретната и строга линия, която им помага да изглеждат добре и в лек контраст с дамския костюм. Театралната обстановка позволява сцената да бъде преекспонирана така, че от нея да струи блясък и лукс, съчетан с авторски художествен дизайн. Сценичното пространство изисква дрехата да бъде в определена естетика, така че тя да бъде важен неизменен елемент от цялостния спектакъл. Дрехата се подчинява, както се спомена на определени правила, тя не е онзи продукт създаден за живота, а произведение, чиято визия се определя от сценичната нужда. Като съобразявайки се с размера на сцената, осветлението, близостта на публиката, и не на последно място изпълнявайки задачата да се внуши определена емоция и да остави незабравимо преживяване. Тук дрехата е елемент от един цялостен сбор, в който всеки компонент има своята тежест, но тя остава в центъра на зрителното поле като главен участник в спектакъла.

Глава четвърта

4.1. Медийно пространство и дрехата. Традиционни модни издания и новите медии популяризиращи дрехата

Модното списание е най-автентичното средство за реклама, то се е заело с нелеката задача, да развлича и насочва жените в пространството на тяхното ежедневие. Сред най-старите и изтъкнати списания в тази област са „Харпърс Базар” и „Вог”. Тяхната изключително интересна история ни води по стъпките на развитието на модата и нейната реклама. През 1867 г. списание HARPER`S BAZAAR, още при дебюта си, събира екип от фотографи, художници и дизайнери, които да работят върху една-единствена идея – да доставят усещане за изисканост и колорит в света на модата, красотата и културата. Това е американското модно списание, насочено към жените от средната и висша класа, които искат да получат най-доброто от ежедневното облекло до - Haute Couture. Прецизно подбрани материали в областта на модата и красотата завладяват читателите, а прекрасните и с висока художествена стойност фотографии дават шанс на лукса да влезе в домовете на дамите. Изтънчено, елегантно, провокативно, списанието става не само верен отразител на модните тенденции, а дори влиза в ролята и на социален мисионер, публикувайки през 1943 г. стилна манекенка на фона на ”American Red Cross-blood donor services”.

Да четеш VOGUE, означава да се ориентираш в общественото, както и да разбираш, че модата е компонент от онова, което е нужно, за да се чувстват добре културните и образовани личности. Основано в края на XIX век, през 1892 г. списание VOGUE и днес е критерий за висок вкус в света на модата. Дълъг е пътят от първоначалния му вестникарски вариант, до електронната версия днес, но то радва своите почитатели с добре подбрани новини от света на модата, киното и светския живот. Постепенно списанието си изгражда безупречна репутация, която поддържа и досега, като се стреми да привлече елитна читателска аудитория. Съпричастно със събитията в обществото, но винаги вярно на концепцията си, то запазва добрия вкус, дори по време на Голямата депресия и Втората световна война. Читателите очакват с особена тръпка всяко следващо издание, което ще ги пренесе в пространство, където красотата завладява духа.

В края на 30-те години на XX век илюстрациите на корицата се заменят с фотографии. В центъра на вниманието е жената, окъпана в нежната светлина на прожекторите, излъчваща неоспоримата женственост. През 30-те години на XX век и през 50-те години печатните медии са доминиращата форма на реклама и най-изпитания начин за популяризиране на филмовите звезди превърнали се в модни диктатори. Акцентът в изданията „Харпърс базар”, „Вог“, „Фотоплей“, „Скрийнланд“, „Мууви мирър“ пада върху модата и костюмите, женската аудитория е специално ориентирана към значението на костюмирането във филма. Става традиция да се издават статии за това, кои филмови модни тенденции ще се наложат и кои костюми звездите ще носят, важни са също съветите за обличане на дизайнерите към жената от средната класа.

През 60-те години под редакцията на Даяна Врийланд списание „Vog” започва да обръща внимание на младежта, като се фокусира повече върху съвременната мода и сексуалността. Врийланд променя изгледа на изданието. Дрехите са цветни, ярки и пълни с геометрични фигури. Фотографите вече правят снимките в естествена среда. Всяка страница е подплатена с информация, ориентирана към модерните и работещи жени.

Историята на списание „Vog” може да се обобщи в няколко периода. В първите си години списанието представя жените украсени и пленени от своите бижута и корсети. Жените изглеждат ограничени между изискванията на тяхната класа и брака. Без надежда за свобода, те се вглеждат в едно от малкото им позволени неща – модата. Еволюцията на списанието се усеща през 60-те години по време на Даяна Врийланд, която дава възможност на фотографите да разкрият нови различни пространства, в които моделът се разполага удобно, рекламирайки дрехата по различен начин, появяват се фотографии направени в Индия, Египет и Далечния Изток. Списанията проследяват и напътстват развитието на жената във всяка една сфера, в която тя се изявява: мода, политика, култура. Превърнали се в значими изданията имат правото да изискват и преценяват как да покажат и представят дрехата, те са разказвачът, който решава как да изглежда приказката.

В нашето съвремие пространствата, в които дрехата се показва и предлага, вече отдавна са се променили, като са се превърнали в много по-мощни средства, които въздействат на потенциалния купувач. Когато създателите на продажбата на дрехи чрез вестниците през 60-те години на миналия век стартират своята маркетингова стратегия, едва ли са предполагали, че днес в XXI век може с едно кликуване на мишката, да получиш предпочитаната марка дрехи вкъщи. Модните трендове достигат светкавично до потребителя, който от своя страна има възможност да участва в дискусия, където свободно да изрази мнение и да повлияе на пазара на облекло.

Въпреки че списанията все още съществуват, те остават по-скъпия и луксозен вариант за добиване на информация. Непосредствеността на достъпа е основен приоритет за търговците и за потребителите, блогърите твърдят, че до момента, в който се появи месечният брой на модното списание, тенденциите вече са остарели. Социалните мрежи осигуряват на модните компании начин за наблюдение на потребителските настроения, начин за предлагане на нови продукти, поддържат ниски разходи за луксозни продукти в трудни времена за икономиката. Сайтовете на блоговете и социалните форуми позволяват на хората да обсъждат нови тенденции в модата, те осигуряват мрежа за хора от всички възрасти, които дават мнения, получават обратна връзка и споделят знания, без да се налага да напускат сигурността на собствения си дом. Интересното е, че много изследователи, сред които Okonkwo (2010) и Christodoulides (2009), установяват, че потребителите на луксозни модни марки предлагат по-честен, надежден и автентичен източник на информация от веб сайтовете на марката.

Социалните мрежи и използването на технологии като мобилни устройства и приложения за интелигентни телефони позволяват пазаруване навсякъде. Тази медия се превръща в новата платформа за представяне на модата, която обхваща милиони хора по целия свят. От 2006 г. насам еко модата привлича много по-широка аудитория. Това е популярна тема, насочена към списания, уебсайтове, специални събития, образователни институции и корпоративни и търговски организации. Например, по това време списание Vanity Fair издава своя „Зелен брой“, очертавайки дизайнерите които представят екомодата. Известни списания, подкрепящи Green and Green Pages (Австралия), както и други основни списания, съдържащи фотографии и статии, включващи знаменити активисти с екологични проблеми са „Ел“, „Гламър“, „Мари Клер“ (Elle, Glamour, Marie Claire). Разпространени са многобройни академични издания и статии в списанията, сред които и международното списание The Fashion Theory (Блумсбъри), което през 2008 г. посвети специален брой на тема екомодата. Някои доставчици експлоатират по-малки магазинни издания в тези сайтове, като препродават продукти, произхождащи от местни обекти. Тези опции за онлайн продажби, улесняват разпространението на дрехи в световен мащаб, където идеалите за новост са професионално вградени в дневния ред на индустрията. Консумацията на мода се увеличава, подхранвана от медиите, след Втората световна война.

Актуални днес в модния сектор са всички форми на медийната реклама. Дали е хартиен или електронен разпространителят на информация е активен до толкова, че влияе върху нашите възгледи за външният вид. Разбира се съвременните медии достигат светкавично до потребителя, което още повече ускорява връзката на човека с пространствата, в които му се предлага да надникне. Бързото докосване до света на модата, от виртуалното измерение, ще подтикне част от обществото да преосмисли своите етични стандарти, относно пазаруването на дрехи.

Глава пета

Нашето съвремие и дрехата - нови пространства, нова перспектива

5.1. Устойчива мода

Живеем във време, когато броят на населението и потребителските нагласи непрекъснато нарастват. Трябва да намерим начини да приложим по-добро използване на суровините, включително на водата и обработваемите земи. За разлика от бързата мода, бавната мода гарантира качеството на производство, което категорично е знак за устойчивост на дрехата във времето. Разработването на облекло с културна и емоционална връзка също е част от бавната мода. В „бавната мода“ или още както я наричат „устойчива“, ние намираме дрехи, направени с конкретна цел и с посланието за по-чиста природа. Днес бавната мода е малка част от глобалния моден пазар, но тя си проправя път към място в модата, където неизменно в бъдеще ще бъде част от един естествен бизнес, с което се потвърждава, че промените в различните сфери на живота, повлияват силно върху възгледите на хората, независимо дали те са потребители или

създатели. Когато потребителите се чувстват емоционално или културно свързани с дрехата, която закупуват, то те неизменно ще я употребяват повече от един сезон и с необходимото внимание. Благодарение на хора като Ливия Фърт и Стела Макартни, понятието устойчива мода се превръща в реалност. Но все още новите, по-малко устойчиви марки не разполагат със силата на маркетинга и рекламата, които големите луксозни марки могат да си позволят. Бавната мода търси иновации за производство на дрехи с рационални ресурси, тя дава нов тласък в областта на науката, търсейки и създавайки все по-нови, и дори абстрактни идеи за производство на текстил и дрехи.

Алтернативи на памук се отглеждат в малки обеми, така че има вероятност зависимостта от памука като най-използван материал да се намали, тъй като при производството му се изразходва много вода. Бамбук, лен, коноп, сезал и дори коприва, се използват като алтернативи на памука, казва Сюзън Макдоналд, Директор бизнес развитие в CottonConnect. Бамбукът расте бързо и е лесно възобновяем, при лена, конопа и сезала – се използват по-малко вода и пестициди за обработване на почвата, отколкото при памука. Бавната мода създава благоприятна среда за промяна във визията и качеството, търсейки нови ресурси и техники за създаването на една дреха. Най-важното в смисъла при създаването на дрехата на бавната мода е така бавно във времето и пространство да се зараждат иновациите, както например съчетанието от стари древни техники и нови екологични материали.

Най-новото откритие на учените е отглеждането на кожа в лабораторни условия, така че нашите дрехи могат да бъдат отгледани в специални условия. Смята се, че биологичните материали биха могли да окажат огромно влияние в устойчивостта на модната индустрия в бъдеще, особено когато се отнасят до въпроси, свързани с ограничената наличност на материали. Големи компании като Pambient развиват лаборатория, която отглежда слонова кост, за създаването на луксозни аксесоари и така, се помага за борба с други екологични проблеми като браконьерството. Влакна произведени от естествени материали са революционните Lyocell фибри. Лиосел е влакно, извлечено от дървесна целулоза. Материалът може успешно да имитира натурален памук, вълна и коприна. Той е еднакво устойчив както в сухо, така и в мокро състояние, за разлика от вискозата например, която губи между 40 и 60% от своята здравина, когато е мокра. След появата на лиосел в края на миналия век, са разработени множество варианти за неговото приложение. Прада, Диор, Найк намират за модерно използването на рибешка кожа за нестандартни цели в модната индустрия. Рибата е храна, но водещите модни марки превръщат рибешката кожа в продукт за аксесоари. Така този естествен ресурс става нов натурален вторичен продукт. Методът за обработване на рибешката кожа е древен и преди векове се използва от бедните прослойки на обществото. Atlantic Leather е компания, която произвежда аксесоари от рибешка кожа от двайсет години, като днес нейните продажби и поръчки са удвоени от модни марки като Prada, Dior, Nike, Ferragamo и Puma.

Етичният моден форум (EFF/ЕМФ) е индустриалния орган за устойчива мода, представляващ повече от 6 000 членове, в повече от 100 страни. ЕМФ е организация с нестопанска цел, съсредоточена върху намаляването на бедността, подкрепяща

образованието и околната среда, както и връзката им с модната индустрия. Тя се ръководи от Представителен съвет. Форумът има за цел да развие съвместно движение, което ще преобърне социалните и екологичните стандарти в модната индустрия в рамките на едно десетилетие. Целите на ЕМФ са следните:

- Изкореняването на експлоатацията, трудностите и екологичните щети от веригите за доставки до модната индустрия и практиките на модния бизнес
- Създаването на движение, водено от модната индустрия – за модната индустрия, което активно се стреми да допринесе блага за хората и околната среда в целия индустриален сектор
- Индустриално обучение и налични ресурси, които гарантират, че всеки британски моден бизнес е наясно как може да стане по-устойчив, защо е важно и къде да намери инструментите за това
- Повишаване на информираността на потребителите по отношение на устойчивата мода.
- Създаване на ясна и последователна система за комуникация на етичните стандарти от модните бизнеси.
- Система от стандарти и разпоредби, които изключват експлоататорски практики в модната индустрия.
- Широка и фундаментална промяна към по-добри практики в модната индустрия през следващите 10 години.
- Създаване на модел за промяна в индустрията, който може да бъде извлечен от други индустрии и да бъде изграден от тях.

През 70-те години на миналия век, опасенията за околната среда, включително енергийната криза и нечовешкото третиране на животните – довеждат до значителни промени в текстилната, кожухарската и козметичната промишленост. Става много популярно да се носят многослойни естествени материали като вълна, памук и коноп, екокожа. Смесвайки изкуството и политиката, художникът Катлийн Хамнет първоначално излага своите „екологични“ тениски през 80-те години, след което продължава с дрехи, показващи активни лозунги като Make Trade Fair и No More Fashion Victims. По-късно се обръща към модния дизайн, така днес създава „модерно“ облекло, придържайки се стриктно към екологичните и етичните насоки. Съвсем правилно Кейт Флетчър (2007 г.) в есето си „Дрехи, които свързват“ също твърди, че за да бъде екологичната мода устойчива, облеклото ѝ трябва да бъде модерно стилно, както и екологично. Джордж Клуни, Джулия Робъртс и фотографката Ани Лейбовиц, популяризират устойчивата мода като естетически избор на живот на червения килим и на страниците на филмовите списания.

Исторически погледнато, рециклирането е включено в структурата на обществото. През вековете, дрехите са предавани от майка на дъщеря, баща на син, други членове на семейството или приятели. Износените части са елиминирани, дрехите са преоразмерени и в някои случаи стилистично модифицирани или преработени. През 70-те години се наблюдава разрастване на употребата на дрехи втора ръка. Отварят се благотворителни магазини в градовете на Западния свят. Водени от глобалната енергийна криза, тези пазари позволяват на купувачите, често с ограничени възможности, да се възприемат като приятели на екологичното.

Известният цитат на Йоджи Ямамото, че харесва дрехи, които са стари и износени и че изхвърлянето на старо палто е като да изхвърлиш стар приятел, е свидетелство за ново явление в нашето съвремие. Мартин Марджела (Martin Margiela) също експериментира с концепцията за дегенерация и „ефекта на гниене върху материалната структура на тъканта“, тема, която е водеща при работата на много съвременни художници. Във Великобритания, например, трябва да се рециклират годишно 1 млн. тона изхвърлено облекло. Марджела посочва, че част от тези отпадъци се използват креативно. Според Александра Палмър старите дрехи, втора употреба могат да са форма на обменна стойност, особено ако нежеланото облекло е от висок клас дизайнерски марки. Уеб сайтове като vintagecouture.com, създадена от Linda Lattner стават все по-популярни и полезни в каузата за рециклирането.

Старите облекла се възприемат като уникален знак за индивидуалност от ценители. Vintage shopping може да се разглежда като продължение на културата, като същевременно чрез него се постига индивидуална самоличност и уникалност на стила. Облеклото се използва и като бартер, като се разменя за прибори за готвене например. Този акт на обмен, при който един елемент се заменя с друг, отдавна е присъща част от ежедневието на пазарите на Замбия и други части на Африка и сред други култури, където нищо не се губи и концепцията за повторно използване и размяна е показателна за духа на тези общности. В днешното общество отделни дизайнери са отговорили на този глобален въпрос, като са приели по-отговорна методология за проектиране, която може да бъде формулирана в рамките на съществуващите технологии. Чрез използването на по-цялостни подходи, тяхната работа отразява устойчивата практика по отношение на разработването на текстил, минимизирането на отпадъците от тъкани, методите на производство и последващите грижи и изхвърлянето им, с акцент върху иновативните изследвания за разработване на нови продукти. Екосъзнанието е фундаментално в работата и философията на утвърдени и нововъзникващи дизайнери, в стремежа им да намалят отпадъците на модната индустрия и отпечатъка върху природата. Такива дизайнери са британците Джесика Огдъни Ръсел Сайг, които преработват маркови тъкани. Катрин Хамнет, която използва екологичен памук и екологични лозунги, отпечатани на произведените от нея тениски.

Устойчивостта на занаятите или включването на ръчно изработени техники, наричани по-нататък „бавен дизайн“, се превръщат в основен елемент във философията на екологичните дизайнери. От етична гледна точка действията на модната индустрия са заплаха не само за човечеството и самата околна среда, но и за животните, чийто дом

е природата и чието благополучие е застрашено. Ние не можем да очакваме, че човечеството в бъдеще ще стане общество от вегани, превръщайки се в жертва на собствените си традиции и култура. По-скоро това се отнася до хуманното отношение към животните и проява на съпричастност към екологичните проблеми на света. Чрез пренасочване на вниманието към процеса на проектиране, продуктите могат да бъдат създадени така, че да влияят върху поведението на потребителите, за да стимулират устойчивото потребление. В модната промишленост има много участници, които образуват една от най-дългите и най-сложните индустриални вериги, включващи селското стопанство, производството на химически влакна, производството на текстил и облекло, търговията на дребно и едро, сектор на услугите, пазари на употребявани стоки и управление на отпадъците. Въпреки, че през последното десетилетие осведомеността за екологичните и социалните въздействия и научните изследвания за устойчива мода се увеличават, остават въпроси за това, как концепцията за устойчивост се вписва в рамките на настоящия моден бизнес, практиките на проектиране и производство, както и активността на потребителите. Научните изследвания са фокусирани основно върху подобряване на устойчивостта на снабдителната верига, чрез разработването на по-чисти производствени технологии. Новите текстилни компании се опитват все повече да редуцират пилеенето на вода енергия и изхвърлянето на токсични отпадъци, но за съжаление в реките, минаващи през зоната на текстилни фабрики в Индия и Китай често могат да се видят изхвърлени отпадъци от неусвоени бои, химикали и тежки метали, които се използват по време на процеса на текстилното боядисване. От своя страна, редица водещи световни производители на модни продукти създават колекции, изработени от естествени материали и полагат усилия за по-чистото им производство. Тези предпоставки водят до възникването на нови течения в модния дизайн. Водещи марки, като Nike и Adidas интегрират безводната технология в своите продуктови линии, но експерти в текстилната промишленост се притесняват, че подкрепата, на такава кампания няма да издържи дълго, тъй като се отразява силно на финансовия сектор в компаниите. Все повече дизайнери се ангажират и създават еко мода, като в същото време и големи производители на модни облекла се насочват към производство на екологични стоки. Много подходящ пример също е световно известната марка за спортни облекла NIKE, която създава колекция спортни екипи, произведени от рециклирани пластмасови бутилки. Дрехите са предназначени за играчите в световното футболно първенство през 2010 година. Обединени около идеята за опазване на околната среда, за първи път всички национални отбори, екипирани от Nike, включително играещите един срещу друг обличат фланелки, изработени изцяло от рециклиран полиестер.

Организацията, наречена „Етичен Моден Форум“, е изготвила набор от критерии за етична мода:

- Борба с бързите, евтини модни и вредни модели на консумацията на мода;
- Защита на справедливите заплати, условията на труд и правата на работниците;
- Обръща се внимание на токсичните пестициди и химическата употреба;

- Обръщане на внимание на токсичните пестициди и употребата им;
- Намаляване на употребата на вода;

Сферите, в които е активен Етичният Моден Форум са:

- Околна среда
- Социално пространство
- Търговска сфера.

Устойчивата мода е част от нашето ново, етично бъдеще, тя дава възможност на човек да живее природосъобразно и разумно. Тя ни доближава до нашите корени и традиции, пречупени през призмата на настоящото пространство, което обитаваме. Устойчивата мода ни предлага начини да изглеждаме уникално и е отлична алтернатива на по-смислен и заобиколен с качество живот. При нея дрехата не е просто продукт с определена стойност, а произведение със специално съдържание.

5.2. Технологична мода

В нашето време, постепенно с променящите се навици на потребителя и новите технологични открития, настъпва промяна върху възгледа за облеклото и неговите функции и визия. Някои от най-модерните технологии ни позволяват да достигнем съвършено друго ниво на общуване с дрехата. Връзката между човека и дрехата се основава не просто на това, да я използваш като вещ, а да общуваш с новите ѝ възможности – да предпазва, лекува или дори развеселява.

В Европа се провеждат множество конференции, които представят и разискват най-новите идеи в тази област. В момента Великобритания и САЩ са водещи по отношение на разработките на тъй наречения smart текстил, създаден от синтетични влакна с вградени технологии. Световноизвестната компания за спортни стоки Columbia произвежда продуктите Omni-Tech, характеризиращи се с висока водонепропускливост и проветряващ предпазен ефект, който защитава от проникване на външни частици, като едновременно с това позволява изпаряването на влагата. Adidas също е разработила серия облекла, наречена ForMotion, при която комфортът на дрехата и постиженията на спортиста са подобрени, чрез съчетаване на няколко тъкани с различни характеристики. Създаването на тези дрехи трябва да бъде съобразено със средата, в която ще се използват. Развитието на новият smart текстил е знак за зараждане на ново явление в модата. Новият стил ще трябва да отговори на определени нужди като – себеизразяване, комуникация, естетична визия, предпазна функция.

Модният бранд Tommy Hilfiger вече предлага на пазара интересно решение на потребителите с новия си елегантен продукт. Неговите дизайнери си партнират с компанията Pavilion, в разработването на нова серия якета за двата пола, които са оборудвани със соларни панели в задната си част. Благодарение на тях, потребителят може да разполага с допълнителна енергия. Ако се разгледа дизайнът на якето, няма да

се забележи разлика от един класически спортен модел, което е сред предимствата на продукта. Соларните панели са създадени от аморфен силиций, който е олекотен, водоустойчив и гъвкав материал. Въпросните компоненти генерират енергия от слънчевите лъчи, като след това я съхраняват в батерия, която е поставена в предния джоб. Един от най-иновативните проекти в тази сфера за осъществяване на връзка между дигиталните технологии и дрехата – е дело на инженери от екипа на Google и дизайнери на Levi's. Неговото начало е поставено неотдавна, а създателите му вече са готови с финалната версия на първия си продукт. Двете компании са създали смарт яке, което се казва Commuter. Безспорно, най-интересната му характеристика е технологията Google Jacquard, позволяваща неговия текстил да се превърне в повърхност, която се управлява от жестови команди. Смарт якето има вграден Bluetooth чип, с който може да се комуникира безжично със смартфоните. Това означава, че потребителите могат да получат информация за GPS навигация, да приемат обаждания или да стартират музикалния плейър с едно движение върху тъканта на якето. Предвидена е опция, предварително да се настройват жестовите команди. Смарт якето има вграден Bluetooth чип, с който може да комуникира безжично със смартфоните. Това означава, че потребителите могат да получат информация за GPS навигация, да приемат обаждания или да стартират музикалния плейър с едно движение върху тъканта на якето. Предвидена е опция предварително да се настройват жестови команди. Технологиите вдъхновяват дизайнерите да създават специални иновативни колекции, но все още повечето интелигентни дрехи са хибридни продукти, някои от които са подходящи само за сцена.

Изключително оригинален дизайнер на футуристични дрехи е холандката Анук Випрет. За някои хора няма нищо по-важно от това да защитят личното си пространство. Именно това я вдъхновява да създаде своята смарт дреха, предпазваща от нежелани контакти. Според дизайнерката най-важното нещо в съвременната мода са микроконтролерите.

Анук Випрет не крие любовта си към Intel. В творбите си тя използва съвременни технологии, създавайки футуристични костюми с датчици и механизми. Spider Dress е едно от последните ѝ творения. Дрехата е създадена с помощта на 3D печат и наподобява корсаж. Комплектът от няколко роботизирани рамена имитира ходилните крака на паяка. С помощта на процесор Intel Edison, те са свързани в мрежа със сензори за близост и такива, следящи дишането. Когато личното пространство на човека е нарушено, роботизираният костюм реагира бързо, ако приближаването става внимателно и бавно – жестовете стават плавни. В костюма намират място и черни светодиоди, които имитират очите на паяка. Те също реагират на внезапно приближаващи хора, като започват да издават предупредителен сигнал.

Сензори, фокусирани към събиране на информация от околната среда, могат да засекаат врагове или потенциални биохимични атаки. Текстил от проводими влакна и вградени малогабаритни микрофони, могат да уловят звук от отдалечени обекти, който да се обработи от миникомпютър, и така да се определи посоката на звука. Захранващите батерии са държани в специални джобове, но изследователите

прогнозирано създаването на тъкан, съдържаща вградени микрочипове и захранване. Е-текстил е използван и за създаване на интерактивни камуфлажни дрехи, които променят цвета си в зависимост от природните особености на мястото. Изследователите в момента използват това, за да разработват визуално адаптируеми дрехи, които да отразяват персонална информация, например при смяна на настроение, при промяна на някои характеристики на отделната личност или промяна на цвета в зависимост от часа или метеорологичните особености на деня. Е-текстилен се прилага, също за подпомагане на диагностицирането при медицински проблем и осигуряване на съответно лечение.

Модата и технологиите, науката и дизайнът са контрастиращи понятия. Ние можем да проверим, колко актуално е сливането на технологии и мода, и как това явление влияе върху създаването на дрехата. През годините все повече и повече хора, се интересуват от разширяващата се сфера на модерните технологии. Някои я възприемат чисто по отношение на бъдещия стил, докато други са привлечени от техническия потенциал и комбинирането на „твърда“ технология с „мек“ текстил. Това проучване може да осветли и обнови нашите познания за техниката на създаване на една съвременна дреха, като отправи послание към хората, да се замислят повече върху ефекта от съвременните модерни технологии. По-нататък в текста са представени материали, като много от проектите имат концептуален характер, а други са действителни търговски продукти. Но всеки улавя въображението в своите различни предложения за бъдещото значение и предназначение на облеклото.

Персонализирането на облеклото дава възможност за нови начини на самоизразяване, което е основен фактор при създаването на модни артикули, привличащи вниманието на публиката. Все пак много важен фактор за визията на облеклото е средата, за която е предназначена. Всички дрехи имат социални, психологически и физически функции. Дизайнерите на модни дрехи виждат крайните потребители като модерни същества, които са внимателни към стила и мощния потенциал на водещите технологии. Философията на дизайна им се основава на идеята, че дрехите участват в непосредственото програмиране на околната среда и по този начин са постоянен предавател и приемник на емоции, преживявания и смисъл.

Дрехите имат голям експресивен потенциал, който се усилва чрез използването на технологии. Известни в областта на технологичния дизайн са работите на: Хюсеин Чалаян, -Турция Ying Gao Montreal, Canada -Инг Гао Монреал, Канада, CuteCircuit London, Великобритания Скейт Хоуди-Skate Hoodie (2007) Лондон, Великобритания, Кери Уолъс Лондон, У Kerri Wallace London и др.

Технологията се развива и разширява все повече своята намеса в различните пространства, които обитаваме. Голяма част от съвременните творци надскачат традиционните модели за сътворение на дрехата, създавайки съвсем нов продукт, вплетени изкуство и техника и така те визуализират новите идеи, които могат да влязат в употреба. За да допуснем технологията изцяло в личното си пространство, ни е необходимо време, което ще ни даде възможност да израснем като превъзпитани

потребители. Днес все още вървим в тази насока, в която се променят съвременните концепции за човешкия живот, създават се нови идеи за идентичност и нови системи на поведение. Независимо дали човек е създател или потребител, той трябва да преосмисли поведението си, а най-добрата прогноза за оформяне на бъдещето пространство би била човек да се опита да живее в симбиоза с природата и технологиите.

Заключение

В безкрайното празно пространство според Демокрит се помещават атомите, движещи се в разни посоки. При сблъсък те образуват видимите тела, които ни обграждат. В безкрайното празно пространство се вместили пространствата на нашата реалност, а в тях ние уютно и удобно настаняваме нашето битие. Визуалната среща със света, който ни обгражда, е първата провокация за сътворяване на обекти в нашия живот. Те трептят със собствена енергия, създаваща благоприятна или не – среда за съществуване. Обектите в нашите пространства разказват истории и живеят свой живот, който се променя под влиянието на различни фактори. Историята на дрехата е дълга, необятна и интересна през своя живот, чието начало е отпреди хилядолетия. Тя променя своята функция и визия безброй пъти, като дава възможност на човека да разполага с нейните дадености и свойства. От току-що одраната кожа до Е-текстила – материалът от който се прави дрехата също еволюира, като дава възможност за различна функционалност и участие на облеклото в нашето ежедневие. Дрехата и нейните метаморфози се влияят силно от заниманията на човека, от неговия социален статус, културна принадлежност и дори – географската точка на пространството, което обитава.

Както човекът играе много и различни роли, поставен в предизвикателството на различните пространства на собственото си настояще, така и дрехата променя своя характер спрямо пространството, в което е ситуирана. В началото тя играе простата роля да облича и бъде функционална, да предпазва и служи на собственика си, като защитава тялото му от неблагоприятния климат. Постепенно тя става признак за социален статус, а после и символ на митологични и религиозни вярвания и така, нейната роля става все по-многообразна. Минават хиляди години, докато дрехата се превръща в огледало на околната среда, архитектурата и интериора, в който се разхожда нейният собственик. По-късно с промените, които настъпват в историята, тя е не само шивашко произведение, а и предварително проектирано дизайнерско творение. Пред дрехата се разкрива цяло ново пространство, в което тя се представя – модната сцена и списанията за мода. Там облеклото заживява своя собствен живот. Колоритната ѝ роля се ражда от нуждите на човека в дадена ситуация. В повечето случаи тя помага или забавлява, но през цялата си история е верен отразител на обитаваното пространство. Обществото напредва в своето развитие - то вече е сложно и многопластово - няма рязко разграничение между обикновения човек и аристокрацията, обитаемостта на пространството е обобщена от липсата на цел, а

стойността на дрехата не е същата, както в миналото. Сферите в които човекът живее и се развива се увеличават, той не е свързан вече само с дома и лова, както в самото начало, а е привързан към навиците и задълженията си, възникнали въз основа на доста по-усложнен начин на живот. Въпреки това етикетът и нормите, макар и променени, все още съществуват, доказвайки, че пространствата имат и налагат своите изисквания към дрехата.

Днес сме свидетели на много и различни стилове на обличане. Съвременният човек има привилегията да избира между тенденциите и бавната устойчива мода, а дрехата еволюира и това се вижда в начина на създаване и използването на уникални технологични материали. Най-новото електронно пространство е предвестник може би на космичното. Невидимите връзки, които се разпъват между хората, лавината от информация – създават водовъртеж, в който стиловете се смесват и обогатяват един друг. Отправните точки за създаване на дрехата са многообразни, връзките между пространствата са много по-къси.

Темата за пространството и дрехата е необятна. Тя започва много назад в историята на човечеството и стига до философията, където фактите могат да бъдат разигравани в дълго словесно представление. Когато дизайнерът създава своите дрехи, той черпи вдъхновение от историята и фантазията си, но не трябва да забравя, че най-големият фактор, влияещ на произведението му е настоящото пространство, в което живее и твори. Времето ще покаже кое е следващото пространство, в което дрехата ще добие нова визия. Ще бъдем ли принудени да я унифицираме спрямо нови нужди на обитаване на нови пространства или многообразието от стилове ще даде възможност на всеки творец да налага собствена концепция за стил.

„Това, което със сигурност знаем е, че всяко наше външно възприятие „разполага” възприетото в пространството.“... Имануел Кант

Научни приноси

1. Работата събира информация за историята на дрехата от съвсем нова гледна точка като я представя в различни сфери (пространства) от нашето битие.
2. Разработката може да положи началото на по-разширено проучване и експеримент в областта на философията на модата и художествената сфера.
3. Дисертационният труд е първото по рода си у нас теоретично изследване за влиянието на основни фактори, като изкуство и архитектура, оформящи дрехата.
4. Разрастващите се стилове в областта на дизайна на дрехата, са предпоставка за търсене на корените на дизайнерските вдъхновения и решения, които са все по-иновативни и абстрактни. С разглеждането на това явление идва и необходимостта от обсъждането и класифицирането на различните стилове и предпоставките за възникването им в нашето съвремие. Това от своя страна ще хвърли по-голяма светлина върху въпроса за съвременното разбиране за дизайн на облеклото и неговият произход.
5. С настоящата работа, за първи път е направено системно разглеждане на различните фактори, влияещи на дрехата и те са класифицирани и анализирани.
6. Поднесената информация, която лесно и бързо може да бъде разгледана и анализирана от студенти и професионалисти по дизайн на облеклото.

7. За първи път пространството, като фактор влияещ на дрехата, е разгледан като водещ елемент в сътворяването и метаморфозите на дрехата, което представя от нов ъгъл, тълкуваните до този момент факти.
8. Описани и приложени са 80 илюстрации, разкриващи по - разширено подробни факти от историята, което би могло да подпомогне самостоятелни творчески проучвания в сферата на модния дизайн.
9. Научният труд може да се използва за учебни цели.
10. Представени са и най-новите тенденции в модния дизайн на дрехата и са очертани възможните им посоки в бъдеще.

Библиография

Добрев, Добрин. *Изкуството. История на идеите.* Фабер, 2014.

Кели, Иън. *Вивиан Уестууд.* Колибри, 2016.

Копринаров, Л. *Мода и време.* – В: сп. „Философия“, т. 24/1.11.2015 г., с. 41

Стойков, Л. *Теоретични проблеми на модата.* НХГ, 2006.

Bancroft, Alison. *Fashion and Psychoanalysis. Styling the Self.* I. B. Tauris & Co Ltd., 2012.

Barnard, Malcolm. *Fashion as Communication.* London: Routledge, 1996.

Barthes, Roland. *The Language of Fashion.* Stafford, Andy and Michael Carter (ed.), Bloomsbury, 2013.

Baudot, Françoise. *A Century of Fashion.* Gardners Books, 1999.

Berglin, Lena. 2013. *Smart Textiles and Wearable Technology - A study of smart textiles in fashion and clothing.* A report within the Baltic Fashion Project, published by the Swedish School of Textiles, University of Borås, 2013.

Black, Sandy. *Eco-Chic: The Fashion Paradox,* ISBN13: 978 1 906155 09 4,

Black Dog Publishing Ltd 2010

Corrigan, Peter. *The Dressed Society, Clothing, the Body and Some Meanings of the World*. Centre School of Arts and Humanities, Nottingham Trent University, 2008.

Corrigan, P. *The sociology of consumption*, London: SAGE Publications, 2006. 3 ed.

Crane, Diana and Laura Bovone. *Approaches to Material Culture: The Sociology of Fashion and Clothing*. Department of Sociology, University of Pennsylvania, France, 2006. 88p

Dirix Emmanuelle. *High Fashion. The 20th Century Decade by Decade*. Thames & Hudson, 2016.

English, Bonnie. *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries. From Catwalk to Sidewalk*. Bloomsbery Academic, 2013.

Fletcher, Kate and Lynda Grose. *Fashion and Sustainability: Design for Change*. Laurence King Publishing, 2012. 192p

Fogg, Marine. *Fashion the Whole Story*. Thames & Hudson, 2013.

Fucaï, Akiko. *A History from the 18th to the 20th Century. The Collection of Kyoto Costume Institute*. Taschen, 2015.

Green Fashion. Subramanian Senthilkannan Muthu, Miguel Angel Gardetti (eds.), vol.1, Singapore: Springer, 2016.

Green Fashion. Subramanian Senthilkannan Muthu, Miguel Angel Gardetti (eds.), vol. 2, Singapore: Springer, 2016.

Handbook of Sustainable Luxury Textiles and Fashion. Subramanian Senthilkannan Muthu, Miguel Angel Gardetti (eds.), vol. 2, Singapore, Springer, 2016.

Hebdige, D. *Subculture: The Meaning of Style*, London: Methuen, 1979.

Holgar, Monika and Foth, Marcus and Ferrero-Regis, Tiziana. *Fashion as a communication medium to raise environmental awareness and sustainable practice*. - In: Flew, T. (Ed.) *Communication, Creativity and Global Citizenship: Refereed Proceedings of the Australian and New Zealand Communications Association Annual Conference*, Australian and New Zealand Communication Association, Queensland University of Technology, Brisbane, Queensland, 2009, pp. 1253-1275.

Hollander, A. *Seeing through Clothes*, Berkeley: University of California Press, 1993.

Jones, Terry. *100 Contemporary Fashion Designers*. Taschen, 2013.

Kellogg, Ann. T. (ed.) *In an Influential Fashion: An Encyclopedia of Nineteenth and Twentieth Century Fashion. Designers and Retailers Who Transformed Dress*. Greenwood Press, 2002. 371

- Lehnert**, Gertrud. *A history of Fashion in the 20th century*. Konemann, 2000.
- Lewis**, Reina (ed). *Modest Fashion Styling Bodies, Mediating Faith*. Tauris, London, 2013.
- Mann**, Steve (ed.). *Smart Clothing: Wearable Multimedia Computing and ‘Personal Imaging’ to Restore the Technological Balance Between People and Their Environments*. Cambridge, 2016.
- Niinimäki**, Kirsi (ed.). *Art, Design, Architecture*. Aalto University. Helsinki, 2013.
- O’Meara**, Kristi. *The Pattern Base. Over 550 Contemporary Textile and Surface Designs*.
- Quinn**, B. (2010). *Textile Futures – fashion, design and technology*. New York: Berg 2010. Thames & Hudson, 2015. 368 c.
- Racinet**, Auguste. *The Complete Costume History*. Francise Tetart-Vittu (ed.), Taschen, 2003.
- Seymour**, Sabine. *Fashionable Technology: The Intersection of Design, Fashion, Science and Technology*. Springer Vienna Architecture, 2008.
- Seymour**, Sabine. *Functional Aesthetics: Visions in fashionable technology*. Wien, 2010.
- Trifonova**, I. (2014). *Architectural Fashion as a Herald of New Technologies and Innovations of The Future. Geometry, Collaboration and Interdisciplinary Approach in Fashion Design in the XXI Century*. ARTTE Applied Researches in Technics, Technologies and Education, Vol. 2, No. 3, pp. 210-223, ISSN 1314-8788 (print), ISSN 1314-8796 (online), <https://sites.google.com/a/trakia-uni.bg/artte/articles/artte-vol-2-no-3>
- Uhlig**, Martina. *Smart Clothing in the Mainstream Implications of Technology in the Context of Clothing*. Malmö University Sweden, 2012.
- Vogel**, Steve. *Street Wear*. Thames&Hudson, 2007.
- The fashion book*. Regent’s Wharf Phaidon Press, 2016.

Интернет ресурси

<http://www.fashionencyclopedia.com/>

<http://fidmmuseum.org/?cmpid=GPPCNB-fashion-history>

<https://www.vam.ac.uk>