

**Тіщенко В. А.**, студ.; **Криворучко Н. І.**, канд. арх., доц.  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

## **ДИЗАЙН ЦЕНТРУ ВИСОКОЇ МОДИ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ**

На сьогодні є попит суспільства у креативних центрах соціальної активності. Їх можна класифікувати по тим чи іншим проявам суспільного життя: Wellness center's – комплекси здорового образу життя, спортивно-оздоровчі центри для відновлення та покращення фізичної активності, Аква-центри, як ігрові та водні види відпочинку, а також пласт соціально-культурних центрів, які ретранслюють ті, чи інші тенденції архітектури, дизайну, сучасних медіа комунікацій. Це виставкові, видовищно-театральні центри. В цю групу відносять і центри Високої Моди – як осередки соціальної активності, що прогнозують майбутні тенденції розвитку суспільства у тих сферах, які так чи інакше наближені до пересічної людини (це і одяг, і стиль життя, і суспільні відносини, і технології макіяжу), будують так званий стиль життя.

У зв'язку з цим, такі найзначніші міста України, як Харків, який протягом багатьох десятиліть мав і має вплив на розвиток моди та дизайну не тільки в Україні, а і в Європі, і світі (Тарнавський Олег – глухий кутюр'є, Яна Яковенко, Артем Комаров, Ірина Каравай і ін.), потребує культурно-соціальний центр – Центр Високої Моди. Аналізуючи всесвітній досвід провідних країн в цій області, таких як Франція, Італія, Велика Британія, Сполучені Штати Америки, можна констатувати, що такі споруди є культурними центрами зв'язків і відносин між різними країнами. Вони являють собою соціальний феномен і складаються з багатьох функцій: торгівельної, виставкової, адміністративної, зони майстерень, фотостудій, бібліотеки і інформаційного центру, модельного агентства, видавництва журналу мод та інших допоміжних напрямків роботи центру. Архітектура таких центрів та середовище, яке вони формують навколо себе, повинно відображати найкращі тенденції архітектури і дизайну ХХІ століття.

Взаємовідносини архітектури та моди завжди були близькими, часом романтичними, часом партнерськими, але ніколи ще не були настільки взаємовигідними, як сьогодні. З тих пір як архітектура і архітектори увійшли в моду, мода, в свою чергу, звернулася до архітектури. Сукупність звичок, цінностей і смаків, прийнятих в певному середовищі в певний час – це все є мода: встановлення ідеології або стилю в будь-якій сфері життя або культури. Мода може визначати тип або форму одягу, набір ідей, принципи поведінки і етикету. Іноді поняття моди поширюють на уявлення про спосіб життя, мистецтво, літературу, архітектуру. І мода, і архітектура працюють з текстурами і поєднанням матеріалів, враховуючи гравітацію і закони оптики. Мода приходить на подіуми з вулиць

мегаполісів – і після шліфування в майстернях кутюр'є повертається назад. Це особливо помітно, коли професійні архітектори виходять на суміжне поле фешн-індустрії.

У 2006 році легендарна Заха Хадід створила свою версію сумки для колекції Louis Vuitton – її плавні вигнуті лінії приводять на пам'ять Центр Гейдара Алієва в Баку, а рельєфні логотипи LV чимось схожі на світлову мозаїку на стіні Бетховенського концертного залу в німецькому Бонні. Колекції Chanel і Dolce & Gabbana часто схожі на своєрідні каталоги орнаментальних мотивів бароко, рококо або візантійської епохи. Помітна тенденція прагнення як моди, так і архітектури до практичності, простоти і багатофункціональності. Вже багато сезонів на подіумах представляються речі вільного і геометричного крою, які при всій своїй авангардності дуже зручні в повсякденному житті. Такі хвилясті балахони з весняно-літньої колекції Valentino і Emilio Pucci, чорно-біла лаконічність Christian Dior нагадують медіа-фасади інноваційної архітектури.

Комфортність сучасних будинків переключається з задачами дизайну сучасного одягу. Така ідеологія привела до появи безлічі форматів житлових просторів. Більше не потрібно «втискувати» свій образ життя в житло, архітектори пропонують відразу вибрати те, що «сяде» ідеально і не буде сковувати соціальні рухи. Архітектори та дизайнери освоюють житловий простір, створюючи багаторівневі квартири, хайфлети, еколофти або квартири-офіси. Також вони експериментують з об'єднанням зовнішнього і внутрішнього, пропонуючи житло з французьким склінням і відкритими терасами, квартири з окремим входом і садом. Сучасні квартири створюються з запасом на «кастомізацію». Кожен має право розмежовувати простір квартири або будинку так, як вважає за потрібне, і міняти його геометрію в міру необхідності.

Ці тенденції повинні враховуватися при проектуванні Центра Високої Моди. Його дизайн стає декорацією для показу моди, а сама архітектура формує острів естетики, в якому віддзеркалюється історичне місто. Архітектори та модельєри використовують послідовний ритм часто розташованих інтервалів, як у плісированій сукні. Цей метод створює привабливі зовнішні ефекти будівлі за рахунок драматизму світла і тіні, маніпулює внутрішнім простором форми. Архітектура розглядається як оболонка, в якій живе людина, його життєвий простір. Мода стала тією оболонкою, яка захищає людину від зовнішнього світу, одяг допомагає людям зберегти внутрішній світ, виразити себе через нього. Мода, архітектура і інтер'єрний дизайн завжди впливали один на одного, змінюючи міський простір. Але ніколи ще межа між ними не була настільки розмитою. Для виявлення факторів, що впливають на те чи інше формоутворення Центру Високої Моди і його закономірностей формування, необхідно проаналізувати великий спектр подібних об'єктів світового рівня і виявити загальні і специфічні риси, які дадуть основу для архітектурно-просторового його проектування як соціального феномену.