

УДК 7.012:001.891

ДАВИДЕНКО І.В., ЗУБКОВА Л.І.

Київський національний університет технологій та дизайну

НОВАЦІЇ МАДЛЕН ВІОНЕ В СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Мета. Дослідження історичного досвіду формування індустрії моди на прикладі Модного дому Мадлен Віоне.

Методика. В науковій роботі використана комбінація методів ретроспективного і компаративного аналізу деяких аспектів модної індустрії в галузі брендингу та захисту авторських прав.

Результати. Розглянуті питання становлення Будинку мод як моделі економічно успішного та соціально-відповідального бізнесу. Визначено елементи формування брендингу компанії. Досліджено особливості співпраці дизайнера з виробниками та рітейлом. Сформульовано основні шляхи підсилення захисту продуктів дизайнерської творчості від копіювання.

Наукова новизна. Проведено аналіз впливу інноваційних впроваджень французького кутюр'є М. Віоне на становлення фешн-індустрії.

Практична значимість. Визначено доцільність врахування унікальних розробок Мадлен Віоне в сфері інтелектуальної власності, досвіду продажу продукції, формування та просування бренду.

Ключові слова: копірайт, плагіат, Будинок мод, дизайн, копії, модель, індустрія моди.

Вступ. Нинішні тенденції індустрії моди передбачають подальше зростання потреб в великій кількості одягу, який споживач все частіше обиратиме на конкурентній основі. Рекламні і маркетингові методи, у т.ч. візуальний мерчандайзинг та розповсюдження моди в друкованих виданнях, формують відповідний запит на одяг та підтримують високий рівень його продажу.

Водночас сучасне технологічне обладнання дозволяє зловмисникам з високою точністю копіювати дизайнерські вироби, що в епоху глобалізації загострює проблему поширення на ринку контрафактної продукції. При цьому, паразитуючи на інтелектуальній власності, шахраї можуть навіть збанкрутити окремі дизайнерські дома, товари яких витісняють з ринку контрафактні вироби.

«Популярність бренду VS плагіат» як проблемне поле почало формуватись на рубежі 1850 року, проте на екзистенційну проблему питання перетворилось з індустріально-технологічним стрибком суспільства, який відбувся після Першої світової війни. І в цьому контексті актуальним для сьогодення є дослідження генези прогресивних новацій дизайнерів того часу щодо захисту своїх інтелектуальних прав з екстраполяцією їх творчого доробку на перспективи розвитку сучасної індустрії моди.

Постановка завдання. Дослідити новації Модного дому Віоне, який зробив вагомий внесок у захист дизайнерських прав у період 1920-1937 рр.

Результати дослідження. Творчий доробок дизайнера Мадлен Віоне вражає актуальністю для сучасної індустрії моди запроваджених нею новацій. Зокрема, реалізований нею проект власного Модного дому в Парижі може вважатись прототипом сучасного соціально-відповідального бізнесу зі своєю корпоративною філософією. Так, після 10 років

функціонування свого Будинку мод М. Віоне у 1922 році у партнерстві з власником універмагу «Галері Лафает» Альфонсом Каном купує особняк на авеню Монтень і будує на задньому дворі нову надсучасну п'ятиповерхову будівлю, де розташувалися згодом всі її майстерні кутюра (в термінах сучасної економіки провела концентрацію виробництва), а також соціальна та медична інфраструктура – дотаційна їдальня, пенсійний фонд, безкоштовний медичний і стоматологічний кабінет для співробітників та їх сімей, а також ясла та гімназія. У Віоне існувало навіть власне туристичне бюро, яке допомагало персоналу організувати відпустки, які дизайнер оплачувала. На той час це були абсолютно новаторські взаємини роботодавця з робітниками, кількість яких у 1926 році досягла 1200 осіб [2].

Намагаючись розширити коло своїх потенційних клієнтів Віоне також вдається до ряду революційних на той час заходів. Вона першою створює т.зв. «копірайт-альбоми» - каталоги зразків свої моделей, за якими будь-який клієнт міг замовити відповідний одяг. В альбомах представлені були фото моделей в трьох ракурсах з фіксацією унікального номера сукні (рис.1).



Рис. 1 Фото суконь для копірайт-альбомів

За своє творче життя Мадлен Віоне створила 75 таких альбомів, які у 1952 р. вона передала до UFAC (Союз французького мистецтва костюму) разом з колекцією у 120 суконь, малюнками і книгами з особистої бібліотеки. Вважається, що саме колекція Мадлен Віоне і її так звані «копірайт-альбоми» стали основою для створення знаменитого Музею моди і текстилю в Парижі [6].

Віоне показувала нові зимові колекції в серпні, а літні – в лютому. Кількість нових моделей за сезон доходила до 300 - 350 одиниць. Додаткові маленькі колекції, від 50 до 100 одиниць, показувалися у квітні і жовтні. Щоб захистити вибір кожного свого клієнта, Віоне часто представляла публіці дві окремі колекції в різний час, збільшуючи цим кількість своїх робіт.

Іншим напрямом розширення клієнтської бази дому Віоне стала активна розбудова взаємодії в трикутнику «кутюр'є-швейна мануфактура-універмаг», яка оголила в індустрії моди проблему щодо балансу інтересів між дизайнером, з одного боку, та виробником і

продавцем – з іншого. Прогресивна роль Віоне виявилася в тому, що вона, відчуваючи запит споживачів на «одяг швидкого приготування», виступила фактичним засновником одягу «прет-а-порте». При цьому, однією з перших, дизайнер пройшла шлях від створення спеціалізованого бутика розкоші до відкриття у 1925 році лінії одягу одного розміру «для продажу в універмагах». Як Віоне їх рекламувала, «моделі від кутюр з подолом, що регулюється». Зазначена лінія готового плаття включала моделі, що були доступні в дев'яти кольорах і трьох розмірах. Сукні були розкуплені в найвідомішому в Америці універмазі John Wanamaker's за \$150, що складало 9% від середнього доходу сім'ї в США на той час [1].

Вторгнення Віоне на мейнстрім американської індустрії моди збільшило популярність її моделей, але симетрично зросла кількість копіювання як її проектів, так і техніки драпірування. Водночас, на відміну від типової прямої спідниці, драпіровку і крій одягу Віоне було складно повторити. Багато авторів спробували, але мало хто розумів тканину і геометрію крою так, як сама Мадлен Віоне. Копії її проектів були представлені як «тип Vionnet», «крій Vionnet», «натхнений Vionnet» або «виконаний в стилі Vionnet».

Журнал McCall уперше запропонував ліцензійні копії французьких дизайнів в 1927 році (рис.2).



Рис.2. Оригінальні лекала М.Віоне в американському журналі McCall

Плагіат завжди був проблемою високої моди і величезний успіх та популярність Мадлен Віоне зробили її відмінною мішенню для копіювальників, особливо з США. Віоне була впевнена, що копіювати і продавати як свої власні розробки інших – аморально, і вирішила це зупинити. На першому етапі вона активно використовує логотип (рис.3), який у 1919 році розробив італійський художник Ернесто Михаеллес (Таят) [4].



Рис.3. Логотип Madeleine Vionnet

Але створення логотипу тільки підбурювало зацікавленість виробників підробок. В 1921 році М.Віоне стала одним із фундаторів Асоціації по захисту образотворчого і прикладного мистецтва, метою якої була боротьба з копіювальниками.

31 грудня 1921 року Віоне виграла свій перший судовий процес проти двох кутюр'є, Demoiselle Millet й Veuve Boudreau, за звинуваченням у копіюванні ними своїх моделей [3].

В 1923 році компанія Віоне представила новий тип ярлика, який аутентифікував її костюми. Цей ярлик включав її підпис з відбитком великого пальця правої руки (рис.4).

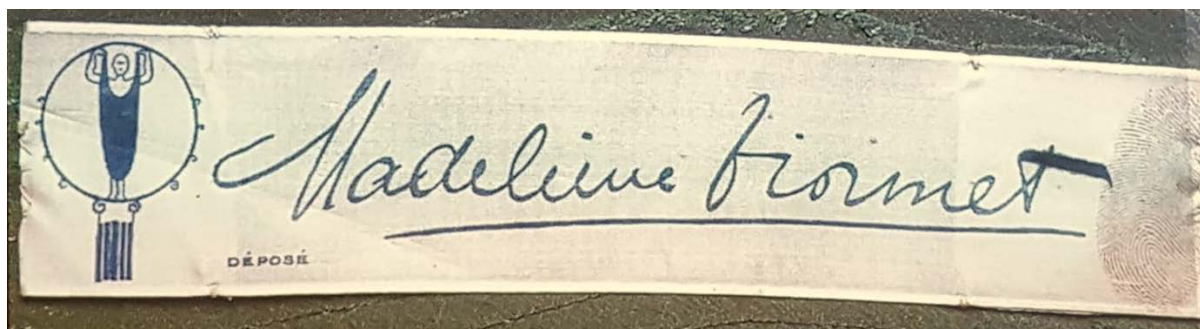


Рис. 4. Ярлик на сукні Мадлен Віоне

Також кутюр'є в рамках боротьби з плагіатом запроваджувала технічні нововведення, які були занадто складними для копіювання. Віоне могла навмисно міняти моделі за день або два до показу. Вона встановила фарбування тканини в своєму Модному домі, щоб можна було змінювати колір в останній момент. Також дизайнер замовляла в Ательє Альберта Лесажа складну ручну вишивку, у т.ч. з використанням скляного бісеру.

Ексклюзивним рішенням також було нанесення на тканину унікальних принтів, трафарети до яких виконував італійський художник Таят, оригінальний стиль якого

поєднував тенденції Арт-деко, кубізму, футуризму і принципи дизайнерського проектного ескізу [5]. В 1924–1925 роках створив для М. Віоне близько 19 ескізів (рис. 5), які мали певний успіх.



Рис. 5. Ескізи моделей М.Віоне, виконані Таятом

Висновки. Мадлен Віоне розпочала свою боротьбу з плагіатом в умовах неінституалізованої законодавчої бази щодо захисту саме дизайнерських прав, а її новації в цій сфері є вагомим доробком в нинішній міжнародній системі захисту інтелектуальної власності. Проте найактуальнішим елементом боротьби з підробками залишається запроваджений нею метод використання окремих унікальних деталей, які повністю повторити/копіювати було б економічно або технологічно недоцільним.

Список використаних джерел

1. Golbin P. Madeleine Vionnet – Published by Rizzoli, 2009. – 304 p.
2. Kirke B. Madeleine Vionnet – Chronicle Books, 2012. – 244 p.
3. Kamitsis L. Madeleine Vionnet (Mémoire de la Mode) (French Edition) – Published by Thames & Hudson, 1996. – 80 p.
4. Demornex J. Madeleine Vionnet – Published by Rizzoli, 1991. – 304 p.
5. The Kyoto Costume Institute / Digital archives / Madeleine Vionnet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kci.or.jp/archives/digital_archives/detail_134_e.html
6. Palais Galliera, the City of Paris Fashion Museum / Collections / Fashion of the first half of the 20th-Century [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://palaisgalliera.paris.fr/en/collections/collections/fashion-first-half-20th-century>

References

1. Golbin P. Madeleine Vionnet – Published by Rizzoli, 2009. – 304 p.
2. Kirke B. Madeleine Vionnet – Chronicle Books, 2012. – 244 p.
3. Kamitsis L. Madeleine Vionnet (Mémoire de la Mode) (French Edition) – Published by Thames & Hudson, 1996. – 80 p.
4. Demornex J. Madeleine Vionnet – Published by Rizzoli, 1991. – 304 p.

5. The Kyoto Costume Institute / Digital archives / Madeleine Vionnet [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.kci.or.jp/archives/digital_archives/detail_134_e.html

6. Palais Galliera, the City of Paris Fashion Museum / Collections / Fashion of the first half of the 20th-Century [Electronic resource]. – Mode of access: <http://palaisgalliera.paris.fr/en/collections/collections/fashion-first-half-20th-century>

НОВАЦИИ МАДЛЕН ВИОННЕ В СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ

ДАВИДЕНКО И.В., ЗУБКОВА Л.И.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Исследование исторического опыта формирования индустрии моды на примере Модного дома Мадлен Вионне.

Методика. В научной работе использована комбинация методов ретроспективного и компаративного анализа некоторых аспектов модной индустрии в области брендинга и защиты авторских прав.

Результаты. Рассмотрены вопросы становления Дома мод как модели экономически успешного и социально ответственного бизнеса. Определены элементы формирования брендинга компании. Исследованы особенности сотрудничества дизайнера с производителями и ритейлом. Сформулированы основные пути усиления защиты продуктов дизайнерского творчества от копирования.

Научная новизна. Проведен анализ влияния инновационных внедрений французского кутюрье М. Вионне на становление фешн-индустрии.

Практическая значимость. Определена целесообразность учета уникальных разработок Мадлен Вионне в сфере интеллектуальной собственности, опыта ритейла продукции, формирования и продвижения бренда.

Ключевые слова: копирайт, плагиат, Дом моды, дизайн, копии, модель, индустрия моды.

INNOVATIONS OF MADELEINE VIONNET IN THE MODERN INDUSTRY OF FASHION

DAVYDENKO I.V., ZUBKOVA L.I.

Kyiv National University of Technologies and Design

Purpose. Research of historical experience of forming of industry of fashion is on the example of the Maison of fashion of Madeleine Vionnet.

Methodology. In scientific work were used a combination of methods a retrospective and comparative analysis of some aspects of the fashion industry in the branding and copyright protection.

Results. In the research were considered issues of formation of the Maison of fashion as a model of an economically successful and socially responsible business. The elements of the formation of the company's branding were defined. The peculiarities of cooperation of the designer with manufacturers and retailers were explored. The basic ways to strengthen protection products design from being copied were formed.

Scientific novelty. The influence of innovative deployments of French couturier M. Vionnet on the development of the fashion industry were analyzed.

Practical value. The reasonability of the unique developments of the Madeleine Vionnet in the field of intellectual property, experience, retail products, formation and promotion of the brand were defined.

Keywords: Copyright, plagiarism, Maison of fashion, design, copy, model, fashion industry.