

РАЗДЕЛ 2
ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
В СФЕРЕ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

ИСТОРИЯ МОДНЫХ ПОКАЗОВ:
ТРАДИЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ

THE HISTORY OF FASHION SHOWS:
TRADITIONS AND TRENDS

Е. И. АТРАХОВИЧ
Н. I. АТРАНОВИЧ

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: kafedramoda@mail.ru

Статья знакомит с тенденциями развития модных показов. Анализируются традиции и тенденции модных показов в современном обществе и роль дизайнера в новых условиях.

Ключевые слова: дизайн; дизайн костюма; тенденции моды; модный показ; дефиле.

Article introduces the trends in fashion shows development. The traditions and trends of fashion shows in modern society and the role of the designer in the new environment are analyzed.

Keywords: design; fashion design; fashion trends; fashion show; defile.

Мода, как известно, явление социокультурное. С течением времени она вышла далеко за рамки утилитарности. Такая тенденция особенно ярко проявилась в дизайне костюма, где каждый предмет одежды стал сегодня не только, и даже не столько утилитарно-практическим объектом, сколько отражением образа жизни в целом. Вещь в современном мире выполняет функцию интегративную, а это значит, что в предметах одежды проявляются и ценностные ориентиры, и смысловая роль ве-

щей, и материальное выражение традиции. Мода как носитель социальных значений выступает сегодня в роли социокультурного регулятора, превращая одежду в форму массовой коммуникации. В этой связи все большее значение приобретает искусство презентации моды, которое постепенно вбирает в себя традиции перформанса, театрализации, музыкальной и пластической культуры.

Ключевыми понятиями в дизайне моды являются термины «одежда» и «костюм». Если в бытовом смысле мы не всегда различаем эти понятия, то в профессиональном контексте между ними есть существенные различия. Так, содержание термина «одежда» подразумевает покров на теле человека, функция которого состоит в защите от неблагоприятных условий внешней среды. С этой точки зрения даже шкуры, в которые был одет древний человек, являются одеждой.

Вторая не менее важная, но не аутентичная, а появившаяся со временем функция одежды состоит в защите человека от злых сил. С этой точки зрения одеждой можно считать ритуальные украшения и даже татуировку. Кроме того, у одежды есть и эстетическая функция. При этом любая вещь гардероба является предметом одежды. Одежда как обобщенное понятие имеет свою классификацию. Она подразделяется на несколько видов: драпированная, накладная, распашная, кроеная.

Понятие «костюм» подразумевает то, что надето на человеке одновременно, и выражает определенную систему предметов одежды. Костюм всегда взаимосвязан с традицией, он часто отражает региональную, сословную, профессиональную принадлежность человека, его пол и возраст. Костюм имеет широкий спектр функций. Помимо утилитарной, он выполняет магическую, возрастную, региональную, социальную, гендерную, профессиональную, религиозную, эстетическую функции, каждая из которых преобладает в зависимости от назначения костюма.

В дизайне одежды есть также понятие «модель». В самом общем смысле оно означает некий образец, который служит эталоном для тиражирования одежды, обуви, головных уборов.

В процессе становления профессии дизайнера одежда стала объектом дизайна. Однако понятие «модный показ» в современном понимании вошло в обиход только с развитием модной индустрии и установлением традиции быстрой смены модных трендов. Вместе с тем, современным формам демонстрации моделей одежды предшествовали «парады мод», которые начали проводиться в Париже еще в начале XIX века. Зрелище это не являлось в полном смысле показом мод, а скорее имело характер

маскарада, поскольку в процессе показа демонстрировались экзотические восточные и азиатские костюмы.

Если когда-то показ мод представлял собой только демонстрацию новой коллекции, в которой были воплощены идеи ее создателя в свете перспективных тенденций нового сезона, то сегодня театрализация показов становится новым жанром искусства. «Современная эпоха заставила переосмыслить большинство культурных кодов художественного мышления, нарушены границы между традиционными видами и жанрами в искусстве. Эпоха постмодерна изменила само понятие искусства» [1, с. 337].

Считается, что демонстрацию модной коллекции в виде подиумного дефиле на моделях впервые организовал Чарльз Ворт. Костюмы демонстрировались для узкого круга гостей. Как правило, это были постоянные клиенты и представители прессы. Постепенно такой способ демонстрации модной одежды вошел в обиход и уже в 1920-х гг. стал довольно популярен. Именно в этот период зародилась концепция демонстрации мод с целью сформировать спрос на новые модели одежды. Идея была проста и состояла в том, чтобы рекламировать одежду на моделях как можно большему числу людей с целью подтолкнуть их к совершению покупки.

В начале XX столетия подиумные демонстрации модной одежды не только прочно входят в обиход, но и приобретают черты шоу благодаря Полю Пуаре. Именно он привнес в презентации коллекций некоторые черты зрелищности, театрального представления со множеством приглашенных гостей и финальным фуршетом.

Однако, несмотря на возросшую зрелищность, примерно до 60-х годов прошлого столетия модные показы выполняли в основном две функции – информационную, сообщая о новинках моды, и рекламную с целью привлечения клиентов. Основное внимание акцентировалось на презентации одежды, дефиле проходило безо всяких отвлекающих факторов.

Примерно к 70-м годам XX века появилась тенденция устраивать авторские показы. Постепенно эта тенденция привела к усилению зрелищности, в результате чего появилось понятие «дизайн показов». Это понятие включает в себя разработку дизайнера того пространства, где будет проходить модный показ. И это не обязательно будет зал с подиумом. Кроме того, разрабатывается идея освещения в сочетании со всеми элементами процесса демонстрации моделей. Все это важно для создания

общего настроения и атмосферы действия. В итоге возникает театрализованное представление со своим собственным фэшн-кодом.

За последние два десятилетия мы наблюдаем, как меняются принципы демонстрации коллекций, созданных модными домами Европы и мира, как они выводят моду далеко за пределы бизнес-контекста. Экстравагантность декораций, постановочность самого показа, включение дефиле в различные пространственные ситуации, находящиеся далеко за пределами модных домов, – все это примеры нового подхода к презентации моды.

Вспомним круизные коллекции, дефиле под водой, дефиле на Великой Китайской стене, дефиле на вертикальной стене небоскреба, показы в торговых витринах и другие, получившие свое развитие в доцифровую эпоху, а также виртуальные дефиле моделей цифровой одежды, открывающие новую эпоху в истории развития модной индустрии. Современная демонстрация модной одежды – это уже не просто постановка дефиле, это своеобразная инсценировка, часто с экзотической сценографией.

Ситуация показа модной одежды, приобретая статусность театрализованного представления, постепенно переходит в ранг искусства. «Виды искусства – это исторически сложившиеся формы творческой деятельности, обладающие способностью художественной реализации жизненного содержания и различающиеся по способам ее материального воплощения» [2]. Именно у театрального искусства заимствует мода эстетику перфоманса. Однако современная медийность предполагает уже отход от традиционного театрального представления, формируя новое восприятие показа в фокусе появления визуальной эстетики, основанной на синтезе классического дефиле и языка современной инсценировки.

В современном культурном пространстве виды искусства классифицируются следующим образом: изобразительное и декоративно-прикладное искусство, скульптура, литература, музыка, киноискусство, фотоискусство, театр, балет, эстрада, медиаискусство и др. Театрализация показов модных коллекций идет по пути заимствования эстетики перфоманса. Истоки такого заимствования мы находим в истории моды. Средства презентации с течением времени трансформировались, нередко происходил перенос выразительных средств в новое пространство, но суть оставалась неизменной и выражалась в стремлении дизайнеров усилить визуальную выразительность своих изделий.

Ярким примером современного дизайна показов может служить демонстрация моделей всемирно известного кутюрье Карла Лагерфельда

на Парижской неделе моды в 2018 году, когда действие происходило в лесу Гранд Палас. Для показа была создана аллея, на которой разместили привезенные с севера Франции живые дубовые деревья. Подиумом послужил пол, покрытый осенними листьями.

Концепция модных дефиле стремительно развивается в наши дни. Идея модного показа трансформируется – он становится не просто демонстрацией новой коллекции моделей одежды, но ярким событием культурной жизни, театральным представлением, и, таким образом, одновременно с коммерческим приобретает общекультурный контекст. Происходит размывание межвидовых границ в сфере искусства и дизайна. «Современная эпоха заставила переосмыслить большинство культурных кодов художественного мышления, нарушены границы между традиционными видами и жанрами в искусстве. Эпоха постмодерна изменила само понятие искусства» [1, с. 338].

На кафедре дизайна моды Белорусского государственного университета при обучении будущих дизайнеров преподаются учебные курсы, которые формируют у студентов современное концептуальное понимание моды. В их числе «Дизайн-проектирование», «Дизайн делового имиджа», «Теория стилеобразования», «Пластическое моделирование». В процессе освоения учебного курса «Информационные технологии в дизайне» студенты разрабатывают дизайн модных показов. Все это позволяет сформировать у будущего специалиста комплексное представление о создании и презентации модной одежды, а также наряду с созданием моделей одежды освоить и концептуальные принципы дизайна модного дефиле. В процессе обучения педагоги со студентами организуют показы коллекций, разработанных на учебных занятиях, в различной архитектурной среде, в музее, в холлах учебного корпуса, на лестничных пролетах, т.е. в самых неожиданных пространствах. В процессе подготовки показа разрабатывается его концепция.

Фееричность современных показов мод требует масштабного привлечения представителей самых различных творческих профессий и направлений. Дизайнеры и художники разрабатывают сложный дизайн подиумного пространства, формируя атмосферу презентации. В подготовке показа участвуют стилисты, актеры, фэшн-фотографы, имиджмейкеры. Поскольку нередко показы проводятся в различной архитектурной среде – в отеле, ресторане, аэропорту, торговых центрах, на промышленных выставках, то архитектура становится как бы действующим лицом такого шоу. Кроме того, музыка, эстрада, хореография – все это синтези-

руется в модном показе, отражая такую характерную черту постмодернизма, как синтез различных видов творчества.

Искусствоведы сегодня задаются вопросом, является ли модный показ видом искусства и какова его функция в презентации творческой концепции дизайнера. Если принять за основу существующую сегодня классификацию искусств, то можно сказать, что в модном показе задействованы такие искусства, как изобразительное искусство, архитектура, декоративно-прикладное искусство, музыка, фотография, театр, балет, эстрада и медиаискусство.

Таким образом, на современном этапе развития индустрии моды презентация новой коллекции не исчерпывается только демонстрацией одежды. Модный показ трансформировался в масштабный проект, концептуальное метафоричное шоу со своей философией и особой атмосферой. Кроме моделей одежды на показе презентуются идеи и визуальные контенты. Информационная функция дефиле отошла на другой план. Основная особенность современного подхода к демонстрации одежды состоит в синтезе искусств и художественных идей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Глинская Е. В., Климова Л.А., Могилевская Г.И.* Модный показ как новый вид искусства // Молодой ученый. 2018. № 48 (234).
2. *Ашикова Ю. М.* Виды искусства и их классификация. [Электронный ресурс]. URL : <https://urok.1sept.ru/articles/517176>. (дата обращения : 10.11.2021).