

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ИСТОРИЯ МОДЫ XX ВЕКА
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета дизайна и технологии
Амурского государственного
университета*

Составитель: Санатова С.В.

История моды XX века: сборник учебно-методических материалов направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма»– Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017, 40 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра дизайна, 2017

© Санатова С.В., составление

Содержание

1	КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА	4
2	МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	36
3	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	38

1. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Все лекции проводятся в формате Презентаций с сопровождением показа иллюстраций. Теоретический материал подробно представлен в учебном пособии

Санатова С.В. История моды XX века [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С. В. Санатова, Т. Н. Бугреева; АмГУ, ФПИ. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2011. - 225 с. (http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/3652.pdf)

1.1. *Формирование моды XIX – нач. XX в.*

План: Понятие моды. События моды последних десятилетий XIX в. Результаты технической революции. Производство готовой одежды. Haute couture. Ч.Ф. Ворт.

Мода – периодическая смена образцов культуры и массового поведения. Мода присутствует в самых различных сферах человеческой деятельности и культуры, прежде всего в оформлении внешности человека (одежда, прическа, косметика и т.д.) и непосредственно среды его обитания (интерьер, различные бытовые вещи), а также в искусстве, архитектуре, художественной литературе, науке, речевом поведении и т.д. Мода издавна служит объектом изучения самых различных наук о человеке и культуре: история и теория культуры, социология, психология, экономическая наука, эстетика, семиотика и др.

Мода – явление, социальное и требующее изучения. Структура моды включает в себя следующие компоненты:

модные стандарты (содержащиеся в культуре и периодически сменяющие друг друга **способы** поведения);

модные объекты (материальные и духовные объекты, с помощью которых реализуются модные стандарты);

модные ценности, обозначаемые этими стандартами и объектами;

поведение участников моды.

Сопоставление стиля и моды в профессионализированных областях художественной культуры (дизайн, изобразительное искусство, архитектура, художественная литература и т.д.) скрывает в себе сравнение внутри профессиональных и вне профессиональных аспектов. В дизайне их функционирование, развитие и смена воплощают в себе специфические черты профессионального творчества, поэтому они изучаются главным образом историей и теорией дизайна.

В области моделирования одежды мода является внутри профессиональным явлением. История одежды – это история сменяющих друг друга мод. Стили одежды – это продукция модельеров, но в создании моды участвуют с не меньшей степенью активности. Модельеры не проектируют модные ценности и значения, напротив они стремятся улавливать и учитывать их в своей работе, и в той мере, в какой они успешно это делают, могут считаться творцами моды.

Существует множество исследований истории искусства, изображающих его развитие как последовательную смену отдельных стилей.

События моды последних десятилетий XIX в.

На протяжении веков многие страны и города играли определяющую роль в моде на одежду (Италия, Испания, Франция, Англия). Зачастую мода идет рука об руку с политикой. Центр моды, как правило, совпадал с центром производства тканей. Для Парижа серьезным и достойным конкурентом в области моды, начиная с XVIII в., стал Лондон. Это соперничество породило взаимное проникновение и дополнение двух основных направлений в моде:

практичное и спортивное в Лондоне;

фантазийное и сексуально раскрепощенное в Париже.

Мода последних десятилетий XIX в. – мода большого города, быстро разбогатевших *нуборшей*, ставивших превыше всего эффектный и роскошный облик одежды, но не ее прочность и качество. Женщина была своеобразной «витриной» финансовых и социальных успехов своего мужа. Мода менялась очень часто в интересах развития общества, один стиль сменял другой: *ампир* эпохи Наполеона I уступил место *романтизму* эпохи Реставрации, ему на смену пришли *бидермейер* и

романтизм, «второе рококо» эпохи Наполеона III (1852-1870) и эклектика; век завершился формированием стиля *модерн*.

На формы женского костюма влияли общественно-политические настроения: стремление к эмансипации, борьба за гражданских права женщин. Все больше женщин становятся врачами, учеными, химиками, биологами, математиками, учителями и медсестрами.

Значительные изменения в костюме произошли в конце XIX – начале XX вв. Они были связаны с большим притоком населения в города, вызванным быстрыми темпами роста промышленности. Это потребовало расширения массового производства одежды, обуви, головных уборов и др.

Спрос на первых профессиональных манекенщиц появился с изобретением подиума в 1894 г. Первые манекенщицы были безымянными существами, которые, как правило, происходили из низших слоев общества, если не являлись женами своих модельеров. Они были не более чем живыми вешалками: выходили из костюмерной, поворачивались из стороны в сторону и прохаживались по небольшому залу салона перед глазами возможной покупательницы. Потом следовал обмер фигуры заказчика.



Рис. 1.1. Стили в одежде XIX в.: а – стиль ампир эпохи Наполеона I (1805-1815 гг.); б – дамский костюм эпохи Реставрации; в – дамский костюм эпохи романтизма (1820 – 1840гг.); г – мужской дообеденный костюм 1834 г.; д – «второе рококо» эпохи Наполеона III (1840-1870); е – платье в стиле модерн Ч. Ворта 1894 г.

Результаты технической революции

Развитие буржуазной моды было связано с развитием производства. Влияние Англии на европейскую моду в немалой степени было обусловлено тем, что именно она была центром технической революции, начавшейся в 60-е гг. XVIII в.

Производство готовой одежды

Производство готовой одежды (конфекции) активно развивалось в XIX в. Благоприятные условия создала Великая французская революция. Первые конфекционные дома (мастерские по по-

шиву готовой одежды) появились во время революции, в первой половине XIX в. Появление швейных машин и их общедоступность незамедлительно отразились не только на внешнем виде одежды, но и на технике ее пошива. Механизация легкой промышленности не смогла полностью вытеснить ручную работу, оба способа относительно мирно сосуществовали довольно продолжительное время.

Распространению модных тенденций способствовали модные журналы, которые начали издаваться массовым тиражом и были очень популярны.

1867 г. – первый номер американского журнала *«Harper's Bazaar»*. Это было еженедельное издание, в формате газеты. Журнал моды был предназначен для женщин среднего и высшего социально-экономического класса. В 1901 г. журнал стал ежемесячным. На сегодняшний день журнал приобрел всемирную известность и выходит в 28 странах.

1886 г. – начинает издаваться журнал *Cosmopolitan*, который был задуман как семейный журнал издательским домом «Schlicht & Field».

1892 г. – увидел свет первый номер журнала *«Vogue»*. Новый журнал был ориентирован на состоятельных ньюйоркцев.

Haute couture. Ч.Ф. Ворт.

Во второй половине XIX в. возникли ателье (первые Дома моды) и появились первые модельеры. Это были яркие личности, выступающие зачастую как истинные художники. Творения их фантазии высоко ценились не только за дорогие материалы и великолепное исполнение. Главным было имя создателя. Все это вместе делало платье произведением искусства. Авторитет парижских *кутюрье* (модельеров высшего пилотажа) станет непререкаемым для аристократии и буржуа многих стран.

Портной долгое время оставался «невидимкой», т.к. все лавры открытия новой моды доставались тому, кто носил костюм. Пожалуй, только модистка Марии Антуанетты **Роза Бертэн** была признанным законодателем моды, ее называли «министром моды».



Рис. 1.3. Чарльз Ворт.

Мари Жанну Бертэн (1744-1813 гг.) можно считать первым кутюрье. Ей приписывают фразу: «Новое – это хорошо забытое старое».

Также известно, что в 1854 г. личным модельером императрицы Евгении, жены Наполеона III, назван *Louis Vuitton*.

«От Кутюрье» (фр. Haute couture) – одежда, созданная по индивидуальным творческим эскизам портного-Кутюрье, существующая в единственном экземпляре и сшитая вручную, с использованием дорогих материалов.

«Кутюрье» (фр. couturier) – выдающийся художник-модельер во Франции, создатель новых форм костюма высокого профессионального уровня, представляющий каждый сезон свои коллекции. Первыми кутюрье можно считать Ворта, Редферна, мадам Пакэн и Пуаре.

Ч. Ворт начал свою карьеру в эпоху Второй империи при Наполеоне III. Он стал личным портным и поставщиком двора Ее Величества. С этого момента платья от Ворта стали чудовищно дороги. Знатные клиенты полностью доверяли его вкусу. Наибольшей симпатией мастера пользовались американские клиенты, которые никогда не торговались и платили наличными. В числе его клиенток были девять королей и известные аристократки всей Европы. Количество заказов стало расти с космической скоростью. Своим клиенткам он предлагал полный гардероб: от домашних платьев и платьев для путешествий до бальных и парадных нарядов. Именно роскошная мода Ворта ввела в обращение понятие «от Кутюр», его самого принято считать Первым кутюрье в истории высокой моды.

Не имея специального художественного образования, *Ч. Ворт* увлекался живописью старых мастеров, делая зарисовки отдельных складок, узоров тканей и вышивок в музеях Лондона и Парижа. Характерно, что его вдохновляли персонажи и композиции разных художников из различных стран и периодов истории. Материалы для платьев некоторых его клиенток оплачивались из кармана дизайнера, и эта искусственная форма рекламы давала ему еще больше шикарных и богатых заказов.



Рис. 1.4. Модели Ч. Ворта, 1890-е гг.

Ч. Ворт стал подписывать свои модели, как художник подписывает картины, т.е. пришивать к платьям ленточку с вытканым на ней именем. Кроме того, каждый год он представлял новую коллекцию и таким образом сделал моду изменчивой, что увеличило покупательский спрос. Считается, что *Ч. Ворт* изобрел профессию манекенщицы. Его жена Мари была, можно сказать, первой в истории «топ-моделью». Кроме того, *Ворт* нанимал девушек-манекенщиц, которых называл «дублерами», т.к. их фигуры были идентичны фигурам его знатных клиенток. Они демонстрировали клиенткам платья в салоне.

Именно *Ворт* придумал **манекен** знакомой нам формы (стилизованный торс человека). На нем мастер демонстрировал модели и на подобных же манекенах накалывал схему задуманного. Такая работа – без выкроек, прямо на ткани, которая затем кроится по линиям наколок, – и сегодня является отличительной особенностью «от-кутюр».

Салон *Ворта* вводил в моду новые силуэты. В 1860-е гг. *Ворт* ввел в моду **кринолины из овальных обручей**, которые создавали другой силуэт юбки. Сделал популярными платья с огромными искусственными кринолинами из металлических обручей (*Ч. Ворт* запатентовал специальное устройство, которое сжимало обручи в нужный момент). Он изменил пропорции платья с кринолином, предложив завышенную линию талии, отказавшись от горизонтальных членений юбки.



Рис. 1.5. Турнюр, 1880 г.

При этом турнюры некоторых модниц 1880-х гг. были такими большими, что в них легко маскировался маленький складной стульчик для отдыха. Вскоре был придуман складной турнюр под названием «хвост креветки». После 1867 г. турнюры полностью вышли из моды. *Ч. Ворт* придумал **платье со сменными лифами**: к одной юбке он предлагал несколько лиффов. Все модели *Ворта* отличались прекрасными пропорциями и отточенными линиями силуэта.

Ч.-Ф. Ворт также первым стал создавать **сезонные коллекции**, придав тем самым моде определенный ритм и заложив основы системы управления модой. Регулярное обновление стилей и силуэтов стало мощным фактором расширения сбыта и соответствовало потребностям рыночной экономики.

Ч.-Ф. Ворт также первым стал создавать **сезонные коллекции**, придав тем самым моде определенный ритм и заложив основы системы управления модой. Регулярное обновление стилей и силуэтов стало мощным фактором расширения сбыта и соответствовало потребностям рыночной экономики.

В 1868 г. Ч.-Ф. Ворт создал Синдикат высокой моды – организацию, объединившую салоны, в которых одевались представители высших кругов общества. Этому были две причины:

- желание защитить известных портных от копирования их моделей;
- предложить клиентам эксклюзивные модели, которые отличали бы их от простых буржуа.

Дом «Ворт» сохранял лидирующие позиции до начала XX в. Его дело унаследовали сыновья Гастон и Жан-Филипп. После смерти основателя семейное предприятие возглавили его сыновья Гастон (отвечавший за коммерцию) и Жан Филипп (создававший модели). Последний славился изысканными бальными платьями с невероятно трудоемкой отделкой.



Рис.1.7. Платье Жана Филиппа Ворты (сына Ч. Ворты)

1.2. Реформы одежды к XIX – XX в.

Эмансипация женщин. Значение здоровья и гигиены. Излишества в одежде женщин правящих классов. Развитие промышленности. Мода на стыке веков.

Эмансипация женщин.

Значительные изменения в костюме произошли в конце XIX – нач. XX в. Они были связаны с большим притоком населения в города, вызванным быстрыми темпами развития промышленности. Это потребовало расширения массового производства одежды, обуви, головных уборов и др. предметов туалета.

Большую роль в формировании нового костюма, как мужского, так и женского, сыграло революционное движение. Демократизация моды началась ещё в XVII веке в Англии, в стране, сильно разбогатевшей после буржуазной революции, где переход к промышленному производству начался значительно раньше, чем в других странах Европы.

Реформаторское движение влияло на изменения в одежде. Происходит уменьшение объема одежды. Появилось домашнее платье (robe de chemise - платье-рубашка), похожее на рубашку с большим декольте, сильно фалдящее в талии из бледно-лиловой индийской тафты. Женщины не решались ещё выйти на улицу в таком платье. Тем не менее, отказ от rapiers (жесткий каркас юбки из проволоки и ивовых прутьев) и переход к просторной, свободно ниспадающей драпировке был уже значительным шагом в направлении реформы одежды. В это же время под влиянием Англии во Франции подвергалась реформе женская обувь. Предлагались широкие каблуки и грубые подметки, в которых можно было ходить, не опасаясь вывихов и переломов. В Америке Амелия Блюмер из штата Огайо в 1840-х предложила вместо многослойной неудобной юбки – шаровары до щиколоток с надетой на них юбкой до коленей.

В 1869 г. американка Мария Джонс предложила женщинам шаровары вместе с блузой аля Garibaldi. Предложения американок не были слишком новаторскими т.к. корсеты и высокие башмаки с голенищами оставались без изменений. В конце XIX века появился женский костюм «тальер», который состоял из юбки и жакета и во многом напоминал мужской костюм. «Тальер» предназначался главным образом для путешествий, прогулок, занятий спортом. Наиболее популярным он стал в начале XX века. В зависимости от характера ткани, отделки, дополнений он был летним или зимним, нарядным, повседневным или для визитов. Этот костюм неоднократно видоизменялся: был то строгим в «английском» стиле, то приобретал изысканные «французские» черты. Таким же популярным становится наряд, состоящий из блузы и юбки.

Значение здоровья и гигиены.

Выступления врачей также добивались реформы одежды. В Лондоне в 1882 г. был создан союз «Rational Dress Association», во главе которого стояли врачи. Этот союз организовал в 1883г. выставку рациональных костюмов и начал издавать журнал. Английское реформаторское движение, во главе которого стала леди Хэбертон, требовало заменить классическую юбку юбкой, разделенной на две широкие штанины. У нее было много последователей. Подобные союзы или товарищества были созданы так же в Швеции, Нидерландах, Франции, Италии, Австрии, Румынии и Германии. Они занимались вопросами не только одежды, но и эстетики и гигиены женского тела.

Священник Кнейп вместо шерстяного белья предложил грубое льняное. И только доктор Леман считал, что для этого случая хлопок наиболее подходит. Основой его реформы было создание из хлопка цельного трикотажного костюма, не раздражающего кожу.

Женские панталоны вызывали протесты в обществе. В начале XX в. Проходили демонстрации мужчин против женских брюк, в которых принимали участие даже студенты. Тем не менее, брюки на женщине можно было увидеть и на театральной сцене. Первой рискнула выступить в такой роли Сара Бернар – на ней был костюм с белыми кюлотами, который создал для нее П. Пуаре, бывший тогда ассистентом Ж. Дусе.

Чрезмерная роскошь в одежде женщин правящих классов.

В США, стране высокого жизненного уровня, царила наибольшая расточительность в одежде. Красота утратила в то время свою ценность. Быть красивой означало быть эlegantной, и каждая некрасивая, но хорошо одетая женщина могла отодвинуть в тень красивую, но одетую плохо. Излишество в моде выражалось не столько в количестве носимых туалетов, сколько в их качестве. Это имело вредные последствия, уничтожение природных богатств (массовый лов птиц). Количество перьев для отделки костюма возрастало по мере усиления роскоши в моде. Перья использовали для отделки шляп и платьев, размещая на больших полях головных уборов даже целые чучела птиц.

Ещё одна причина, заставившая французских портных перестраиваться на проектирование менее роскошных изделий, заключалась в недоступности этих туалетов для менее обеспеченных слоев населения, которые составляли не малую часть клиентуры.

Развитие промышленности. Одежда, производимая фабриками в конце XIX – нач. XX в. выпускалась в небольших количествах и ещё немногим отличалась от одежды, сшитой частными портными. В моде были модели с плотным прилеганием к талии. Лишь тогда, когда лифы перестали плотно облегать талию, промышленное производство приобрело размах. Мужской костюм был приспособлен для массового производства гораздо раньше. Уже в конце XIX века 99% мужчин в странах с развитой промышленностью носили одежду фабричного производства. Проблемы массового производства вели к упрощению кроя и следственно к изменениям формы одежды.

Мода на стыке веков. В конце XIX в. меняется привычный ритм жизни. В обиход входят автомобили, фотография, кино, распространяя моду по всему миру. Предпринимается попытка создать стиль, отвечающий требованиям новой эпохи. Мужской костюм мало подвергся изменениям, он окончательно унифицировался. Перемены в мужской моде стали измеряться сантиметрами – сменой положения плечевого шва, количеством пуговиц.

В мужской одежде постепенно вырабатывались универсальные формы, соответствующие образу жизни нового героя времени – банкира и предпринимателя; костюм освобождался от многоцветности и декоративности и всё более напоминал униформу.

Развитие техники, транспорта, спорта меняет образ жизни людей, оказывает большое влияние на одежду. В мужском костюме появляются цветные рубашки, короткие брюки типа гольф, легкие куртки, мягкая фетровая шляпа. Основным мужским головным убором был котелок. Среди мужских причесок самой популярной была, а ля капуль – с прямым пробором, от которого в обе стороны волосы были зачесаны маленькими плоскими полукругами. Среди аксессуаров – гетры на ботинках, белые кашне, трости, зонты.

В это время господствуют модные салоны сыновей Ворта – Жана Филиппа и Гастона, английской фирмы Редферн, Жака Дусе, Пакена, сестер Калло. Мода в это время характеризуется соперничеством двух противоположных направлений: одно представляло модные салоны, другое –

спорт. С одной стороны – декоративность, с другой – прагматическая функциональность. Идеалом первого направления была женщина-цветок, женщина-украшение салонов, театров и различных вечерних развлечений. Эта женщина все ещё стянута корсетом. Вместе с тем в обществе идет активная агитация против корсетов, убеждающая в их вредности, предпринимаются попытки запретить их ношение.

Тело, втиснутое в длинный, до нижней линии бедра, корсет с двойной шнуровкой и косточками, приобрело прихотливый «растительный» S-образный изгиб. Фигура напоминает слегка изогнутый стебель, как бы увенчанный пышным тяжелым цветком. Модной считается талия около 55 см в объеме. Это вредило здоровью и не могло не вызвать протесты врачей.

Стиль модерн характеризовался новой цветовой гаммой: белой, бледно-серой, болотной, бледно-желтой, розовой. Особенно популярными были шелковые ткани: крепдешин, тафта, шифон, плюш, репс, бархат. Костюм украшался кружевами, блестками, вышивкой растительных орнаментов: морские водоросли, лилии и др. В моде боа из лебяжьего пуха и страусовых перьев, муфты, маленькие сумочки на длинном шнуре, лорнеты, перчатки, летние кружевные зонтики.

1.3. *Мода периода 1900-1907 гг.*

Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

Культурная жизнь. Начало XX века полно новых тенденций: меняется привычный ритм жизни, - в обиход, кроме железных дорог, входят автомобили. К началу XX века относятся первые опыты в области воздухоплавания, в жизнь людей входят фотография и кино, которые еще шире распространяют моду по всему миру, делая моду интернациональной и демократичной.

Роскошь была присуща всему стилю жизни того времени. Архитектура получила множество украшений, а интерьеры, огромные и темные, были наполнены различной мебелью и мелочами. Салоны были собранием различной декоративной мебели: больших плюшевых диванов и кресел, бамбуковых ширм, полочек, секретеров, этажерок, ламп, часов и т.п. Все это было богато украшено. Это была эпоха развития фотоаппаратов, стереоскопов, фонографов, телефонов и граммофонов. Слушали арии в исполнении Карузо, танцевали вальсы Штрауса, кадрили, мазурки и пр. Снимались первые примитивные фильмы. Автомобили были редкостью. Спорт ещё занимал у дам немного времени.

Огромной популярностью пользовались выступления на сцене блистательной американской танцовщицы, основоположницы школы танца «модерн» Айседоры Дункан. Айседора Дункан, американка по происхождению в 1900 году в возрасте 22 лет приехала в Европу и совершила переворот, как в хореографическом искусстве, так и в театральном костюме (который раньше состоял из tutu, т.е. панталон и газовых юбок – 20 кг.). Её эмоционально - экспрессивный свободный стиль танца под музыку Бетховена, Шопена, Штрауса и других великих композиторов был очередным откровением наступавшего XX века. Он возник после изучения ею танцевального искусства Греции и Италии и основывался на некоторых элементах ритмической гимнастики, разработанной Франсуа Дельсартом. Сильное стройное тело танцовщицы, ее босые ноги (она танцевала на пальцах) были прекрасны и легки. Она сначала танцевала босиком, едва одетая в прозрачную рубашку и шаль. Этот танец стал основой теории ритмических танцев. Айседора Дункан танцевала то, что другие люди говорят, поют, пишут, играют и рисуют. Её танец повлиял на то, что первые костюмы новой, строгой линии, введенные Полем Пуаре, имели стилизованный античный характер.

Модные салоны. К 1900 году в Париже было около двух десятков модных салонов и среди них: сыновья Ворта, Жак Дусе, мадам Пакэн, Мадлен де Руф, Пуаре, Джон Редферн и др. У истоков слияния моды и искусства стоял иллюстратор Поль Ириб (1883-1935), который сделал в 1908 году каталог для Поля Пуаре (1879-1944), где показал основные идеи дизайнера. Влияние собственных работ Ириба было настолько велико, что ателье мадам Пакен (настоящее имя Жанна Беккер (1869-1936), женщина, которая всегда первой чуяла новое веяние), приобретя несколько его оригинальных иллюстраций, сшила по ним комплекты одежды.

Модный образ. В начале века зарождаются новые направления в живописи, архитектуре, литературе и прикладном искусстве – символизм, кубизм, абстракционизм, которые также влияют

на развитие моды. Не только в костюме женщины, но и в ее внешности ясно сказывается влияние возникшего в начале века символизма. Таинственность, капризность натуры декадентствующей красавицы, склонной к мистике, создающей с помощью сильного грима впечатление глубоко сидящих громадных глаз, окруженных тенью, а благодаря белой пудре – «интересной» бледности и томности «астрального» взгляда – контрастировали с подчеркнута мягкими округлыми формами. Полнота, как и излишняя худоба, считались недопустимыми. Для поддержания стройности следовало разумно питаться и не злоупотреблять алкоголем. Носили большие шляпы с изобилием перьев, бантов, птиц и цветов. В силуэтах подчеркивалась линия груди, бедер и спины. Модна была женщина с полным торсом и непропорционально тонкой талией. В связи с модой распространились различные объявления и рекламы в газетах, сообщавшие о способах ухода за пышным бюстом. Даже врачи убеждали, что любую грудь можно развить и омолодить, применяя соответствующие патентованные средства. Модные иллюстрированные журналы пропагандировали готовую одежду. К журналам прилагались выкройки.

Особенности модного силуэта, детали.

• Силуэт

1900г. – расширенные плечи gigot (окорок, «жигго»), юбка-колокол, удлиненная треном с подолом, отделанным оборками, линия талии спереди несколько занижена.

1901-1905 – большие шляпы, нормальные плечи, рукав расширен книзу, верхняя часть выступала вперед, нижняя – назад (при этом уничтожалась выпуклость живота).

1905-1907 – шляпы большие, рукава той же формы как в 1900г., талия затянута, юбка укоротилась и приоткрыла носок ботинка, подол юбки менее украшен.

• Платье – покрой был очень сложным. Верх плотно облегал фигуру, имел отрезные бочки и много клиньев и вытачек. Часто применялся фрачный покрой (трехшовная спинка). Лиф платья притачивался непосредственно к юбке или к мысообразному поясу, плотно облегавшему талию и удерживающему тяжелую юбку. Ниже талии платье было облегающим, внизу расклешенным за счет продольных клиньев и воланов. В платьях покроя «принцесс» лиф был цельнокроеным с юбкой, форма моделировалась продольными рельефами. Бальные платья часто были без рукавов с маленькими бретелями или маленькими рукавчиками из газа.

• Болеро – было обязательным дополнением к каждому туалету. Его считали необходимым в туалете для прогулок. Сначала были короткими, потом удлинились сзади.

• Рукава – были разной формы: английские (прямые и гладкие), с буфами, окорок.

• Воротники – шемизетки, закрывающие шею из тонких светлых тканей драпированные или уложенные в складки (плиссе). Накидки с воротниками а-ля Медичи, облегающие шею и расширяющиеся веерообразно вверх. Маленькие воротники с лацканами и манжеты шили из бархата или кружева. Широкие и плоские кружевные воротники перекрывали плечи (воротники-пелерины). Боа носили не только с вечерним туалетом.

• Костюм – доходил до земли, очень фантазийный и богато декорирован. Состоял из жакета, юбки, блузки, жилета и декоративного болеро. Иногда дополнялся пелериной. Жакеты напоминали мужские фраки + карманы. Постепенно жакеты стали похожи на удлиненные лифы с басками. Юбки имели сложный крой.

• Пальто – всегда были короче платья, свободные с фантазийными рукавами и покроя реглан. Пальто из ткани в клетку были прямого силуэта. В качестве дополнения использовали пелерины разной длины из разных материалов и меха.

• Мех – в конце 19в. меха носили волосом внутрь, а сверху покрывали бархатом или сукном. В нач. 20в. мех повернули волосом вверх. Популярны были: каракуль, шиншилла, горностай, соболь. Из меха делали пелерины, муфты, воротники, накидки, боа.

• Дополнения – чулки были ажурными, кружевными или сетчатыми, без шва. Зимой носили шерстяные или х/б, черные толстые. Коричневые чулки носила молодежь. Белые перчатки из козловой кожи были атрибутом высшей элегантности, носили их в исключительных случаях. Для визитов использовали цветные перчатки: светло-желтые, пепельные, жемчужные, бронзовые, черные или темно-серые. Вечерние перчатки были из кружева, длинные выше локтя и без пальцев.

Технология кроя и пошива. В этот период шик и элегантность основывались на очень претенциозном крое и виртуозном исполнении. Пошив был очень сложным, хотя в начале XX в. уже каждый портной имел швейную машинку. Длинные волочащиеся по земле платья часто шили из большого количества кусков ткани, часто различного качества, имеющих различные технологические свойства: растяжимость, упругость и т.д. В это время все платья и летние, и зимние делали на подкладке. Нижняя юбка была лишь немного короче верхних слоев и сплошь отделялась кружевом. Соединение с подкладкой имело свои особенности в зависимости от формы и материала, китового уса, а также от строения фигуры. Подкладка всегда была шелковая: из муара, либерти, фуляра, тафты или атласа которые подкладывали под прозрачные ткани для усиления декоративных эффектов.

Ткани. В первые годы XX века носили костюмы из очень дорогих тканей, изготовленных из натуральных волокон. Популярны были:

- Английские сукна, кашемиры, бархаты, коркоты, шевиоты, велюры, крепы и т.д.
- Гладкие и вышитые этамины, фуляры, вуали, батисты, тюли, муслины, жесткая шелестящая тафта.

Шелк применялся только для бальных платьев и платьев для визитов, его не использовали в прогулочной и домашней одежде.

Цвет. Модны были умеренные цвета, приглушенные и пастельные тона, а также сочетание цветов с самыми различными оттенками серого. Изобретенные в Англии в 1856 г. химиком Перкином анилиновые красители ещё не вызвали отклика во всемирной моде.

В Европе днем носили темные цвета, вечером – светлые. Любимыми цветами были светло-пепельный, жемчужный, кремовый, золотисто-коричневый, табачный, зеленый, белый, песочный, кремовый. Были модны черные ткани, усыпанные мелкими крапинками. Как только парижские журналы предложили одежду ярких цветов (для поездки к морю) появились ткани с орнаментом из ярких цветочных букетов. Мотивы рисунка на ткани были несложными. Мелкие клеточки, полоски, японские и восточные узоры.

1.4. *Мода периода 1908-1914 гг.*

Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

Культурная жизнь

Период характеризуется поисками новых выразительных средств и форм.

1908 г. - во Франции выпущен первый мультипликационный фильм.

1909 г. – первые гастролы Русского балета в Париже.

1910 г. – в США появились первые домашние холодильники.

1912 г. – изобретение электрощипцов для завивания волос.

– немецкая компания «Ровента» выпустила в широкую продажу первый электрический утюг.

1914 г. – начало первой мировой войны.

Это был период культа оперетты, которая не только была веселым развлечением, но и ввела новые типы одежды. Ревю и кабаре ввели не только аргентинский танец танго, но и вместе с ним юбку-брюки. Роль балета была высока. Канкан прошлого и классический балет в XIX веке вдохновляли многих художников (Дега, Тулуз-Лотрека и др.), в XX веке они отошли на второй план. Новые теории провозгласили, что ценность заключается не в искусной конструкции, а в естественных, выразительных движениях тела. Воплощением этой новой идеи был танец танцовщицы – босоножки Айседоры Дункан. Революцию в моде вызвали гастролы в Париже русского балета Сергея Дягилева («Русские сезоны» 1909-1910 гг.) показав новаторские достижения в музыке, хореографии, балете, вокале, сценографии и театральном костюме России. Звучала музыка Дебюсси, Равеля, Прокофьева и Стравинского. На парижскую моду оказали влияние поставленные Михаилом Фокиным и оформленные Львом Бакстом балеты «Шехерезада», «Жар-птица», «Половецкие пляски» из оперы «Князь Игорь».

«Русские сезоны» были гениальным созданием великого русского импресарио и патриота нашей страны Сергея Павловича Дягилева (1872-1929). Обладатель уникального дара открывать

таланты и удивлять мир новизной, С. П. Дягилев (рис.4.2) привнес в мир искусства новые имена выдающихся хореографов (Фокин, Мясин, Нижинская, Баланчин), танцовщиков и танцовщиц (Нижинский, Войцеховский, Долин, Лифарь, Павлова, Карсавина, Рубинштейн, Немчинова и др.).

Он создал и сплотил замечательную труппу талантливых артистов. Ольга Хохлова вышла замуж за Пабло Пикассо. Валентина Кашуба была выбрана «Мисс Нью-Йорк». Балерина Тамара Жевержеева стала звездой Бродвея, Сергей Лифарь – директором Парижской Гранд Опера.

(11!) Великолепные художники своего времени были авторами декораций и костюмов, ставших хрестоматийными: Александр Бенуа, Леон Бакст, Николай Рерих, Мстислав Добужинский, Наталья Гончарова, Михаил Ларионов, Пабло Пикассо, Анри Матисс и Наум Габо. Их необыкновенный талант, чувство цвета, пропорций позволяли мастерицам костюмерного цеха творить чудеса.

Особое значение в истории моды имело творчество Леона Бакста (Л.С. Розенберга) уроженца Гродно. Под влиянием восточного и античного стиля Л. Бакста сформировалось творчество знаменитого парижского кутюрье начала XX века Поля Пуаре.

Эти события стали знаменательной датой в истории моды. Благодаря влиянию русских сезонов появились богато вышитые ткани, прозрачные, дымчатые муслины. Привлекали внимание восточная роскошь, богатство дворцов султанов и садов халифов. В 1910 г. было заметно их влияние на моду, и не только в самой композиции одежды, но и во всем искусстве декора (рис. 4.4).

Русско-японская война (1904-1905) и расцвет колониализма привели к появлению экзотических элементов в моде. Расцвету в моде экзотических элементов способствовало знакомство европейцев с народным искусством колониальных стран, стран Ближнего и Дальнего Востока, что привело к новому подходу в орнаментации тканей и появлению различных шалей, фуляровых платочков, косынок и т.д. Дизайнеры дома Пуаре и модного дома сестер Калло черпали вдохновение в экзотической, чувственной красоте Востока. Они восторгались редкими узорами и яркой окраской тканей, их привлекали такие необычные для Запада наряды, как просторные брюки в гаремном стиле и изысканные японские кимоно. Плоский покрой кимоно помог сформировать совершенно новый подход к одежде, к тому, как она должна гармонировать с фигурой.

Модные салоны и Дома мод

1907 - Мариано Фортунни. Классические греческие платья «Пеплос» (Peplos) и «Дельфос» (Delphos) вместе с навеянными эпохой Возрождения вельветовыми (бархатными) плащами с узорами стали знаковыми богемными нарядами и до сих пор представляют интерес для коллекционеров.

Испанский художник и художник-постановщик Мариано Фортунни разработал процесс создания постоянных складок на шелке и довел его до совершенства на своей фабрике в Венеции

1909 г. — в Лондоне на Оксфорд-стрит был открыт универмаг «Селфридж» - образец совершенного универмага. Магазин поражал своим внутренним убранством, тщательным освещением, передаваемой по радио музыкой и обилием свежих цветов. Благодаря прозорливости Селфриджа основной дизайн магазина не изменился до 1997 года, когда в нем разместился косметический салон.

У истоков слияния моды и искусства стоял иллюстратор Поль Ириб (1883-1935), который сделал в 1908 году каталог для Поля Пуаре (1879-1944), где показал основные идеи дизайнера. Влияние собственных работ Ириба было настолько велико, что Дом моды Мадам Пакен (M-me Paquin), приобретя несколько его оригинальных иллюстраций, сшил по ним комплекты одежды.

Дом моды от кутюр Мадам Пакен основан в 1891 г. Жанной Беккер (1869-1936) и ее мужем Исидором Жакобсом, взявшими псевдоним мсье и мадам Пакен. Мадам Пакэн в 1913 г. первая из женщин-модельеров, была удостоена ордена Почетного легиона, которая всегда первой чуяла новое веяние, Она была первой, кто открыл филиалы своего Дома моды за рубежом – в Лондоне, Нью-Йорке, Мадриде, Буэнос-Айресе. Ей также принадлежит идея, чтобы манекенщицы появлялись в ее новых моделях на премьерных операх и лошадиных бегах. Именно она в 1914 году устроила в Лондоне первый настоящий показ мод – шоу, сопровождаемое музыкой, прошедшее в театре королевского дворца. И наконец, Жанна Пакен не раз опережала Пуаре, первой предлагая новые модели одежды. Филиалы фирмы существовали в Англии, США, Испании, Аргентине. Особенно знаменитой стала коллекция Жанны Пакен «Танго» (1914), совершившая переворот в высокой моде. Тем не менее в 1906 году она представила коллекцию одежды в стиле ампира (за год до того, как Пуаре снискал себе славу, работая в том же направлении), и со своей накидкой в форме кимоно она также

опередила его на год. В 1900 году она стала первой женщиной, которую выбрали президентом отдела моды на Всемирной выставке, а в 1913 году она первая из женщин-модельеров была удостоена ордена Почетного легиона. Жанна Пакен была также первой, кто открыл филиалы своего дома моделей за рубежом - в Лондоне, Нью-Йорке, Мадриде, Бу-энос-Айресе. Ей также принадлежит идея, чтобы манекенщицы появлялись в ее новых моделях на блистательных оперных премьерных показах и бегах. В 1914 году она устроила в Лондоне первый настоящий показ мод - шоу, сопровождаемое музыкой, проходило в театре королевского дворца. Представленные ею модели назывались «Танго» и произвели не меньшую сенсацию, так как предвосхищали остроумие послевоенной моды.

И все же Жанна Пакен не считается новатором моды, ведь она довольно долго продолжала придерживаться серпантинного силуэта (в форме буквы S) и вносила какие-либо изменения медленно и незаметно. Как скромная супруга, она всегда держалась в тени, в то время как ее коллеги-мужчины вели себя как звезды. В памяти она осталась благодаря своему пристрастию к меховой отделке и романтическим вечерним платьям в стиле XVIII века - возможно, потому, что они шли ей самой и она считалась лучшей манекенщицей Дома Пакен. Смерть ее любимого супруга в конце Первой мировой войны стала для Жанны поводом к тому, чтобы передать управление делами дома своему зятю, а художественное руководство - мадемуазель Мадлен. Салон Пакен продолжал существовать вплоть до 1956 года.

Незадолго до первой мировой войны становится всё более популярной Жанна Ланвен (1867-1946). В списке ее клиентуры значились имена самых красивых аристократок, актрис и представительниц интеллигенции. До конца жизни мадам Ланвен оставалась приверженной эстетическим идеалам своей молодости. Она стала своего рода коллекционером исторического костюма. Именно Ланвен первой создала коллекцию удобной детской одежды, которая до нее была уменьшенной копией одежды для взрослых. Она также позаботилась о женщинах всех возрастов. В 1926 году она стала кавалером Ордена Почетного Легиона. Она разрабатывает молодежный стиль. Жанна Ланвен не забывает и про мужчин, и в результате Дом моды Ланвен становится первым, в котором может одеваться вся семья. Это единственный Дом моды, которым и по сей день владеет одна семья.

Модный образ

В 1908-1914 гг. идеалом была женщина с матовой кожей, с каштановыми волосами, принимавшая участие в сеансах спиритизма и сияющая как ангел. Ранее свежий, младенческий румянец должен был исчезнуть, и женщины с юных лет старались создать впечатление бывалых и осведомленных. Бледная как статуя и меланхоличная женщина, одетая в прозрачный газ и муслин, окружала себя в интерьере светлыми, пастельными, близкими по тону цветами, где всё сияло от позолоты, зеркал и солнечных лучей. Она хотела быть любимой и ждала присяги на верность. Изменились и прически. Теперь девушки старались показывать шею, отдавая предпочтение коротким стрижкам. Сложные прически из красиво уложенных длинных волос также уходили в прошлое. Прически стали глаже и ниже, обнажилась шея, руки и ноги.

Особенности модного силуэта, детали.

Тенденции стали меняться в сторону большей практичности и удобства. Это подразумевало отказ от сковывающих корсетов и чрезмерно пышных юбок в пользу более комфортных силуэтов, скромных тканей и даже «мужских» элементов гардероба, таких как брюки. Впрочем, брюки, которые надевали первые смелые модницы, выглядели совсем не так, как современные, - они больше напоминали турецкие шаровары, широкие в бедрах и зауженные книзу. Трен исчезал, ботинки стали легче и заменились туфлями. Огромным изменениям начало подвергаться белье: нижние юбки, лифы, рубахи, панталоны и чехлы.

Мужской костюм. В это время большинство мужчин одевается в готовый стандартный костюм, отличающийся от предыдущего периода лишь новой длиной пальто, количеством карманов и пуговиц, распространением брюк «гольф» в сочетании с толстыми шерстяными чулками, формой шляпы, воротничков, рубашек, ручной трости и пр.

Женский костюм. Впечатление от русского искусства было настолько велико, что воспоминания об этом событии и его значении в развитии костюма встречаются в обзорах мод до сих пор.

Силуэт. Наступила умеренность в основных линиях. Прежняя форма «колокол» и «кривые» линии уступили место строгим линиям, и силуэт стал называться «кий» (юла). Талия поднялась высоко, как в моде Первой империи, а вестниками этого поворота были очень широкие пояса из шелковой ткани; они назывались «баядера». Тенденция к расширению и удлинению силуэта. Асимметрия – основа общей композиции: несимметричные драпировки, клапаны, клинья, фантазийные подола туник, прокладок и т.п.

Платья. До 1915-го года, несмотря на уже отчетливо проступавшие «революционные» тенденции дамской моды, длина платьев оставалась неизменной – в пол. Юбки, а особенно новая и популярная модель «юла», стали немного короче – они кончались у подъема ноги и щиколотки. Тогда же стало модным носить V-образный вырез. Крой упростился. Юбки стали свободнее и прямее. Платья открывали уже всю ступню. Трен (прямой кусок ткани прикреплялся к талии и тянулся за платьем) применялся в платьях для визитов. Линия талии обозначалась высоко.

Тунки шили из легких, прозрачных тканей (шелковый гладкий или в черный горошек муслин, батист с английской вышивкой, белое кружевное полотно тюль и т.д.) и надевали поверх юбок. Платья шили из двух тканей, которые накладывались одна на другую так, чтобы обе были видны, и чтобы обе играли равные роли. Зимние платья из шерсти имели юбки с подкладкой.

Костюмы носили двух видов: *tailleur simple* (фр. тайлер простой) – прямой, скромный, немного удлиненный и отделанный сутажом, жабо и пуговицами; *tailleur habille* (фр. тайлер выходной) – более нарядный, с жакетом на манер фрака времен Директории, имевший лацканы и манжеты.

В период «узкой моды» (1909-1914 гг.) у юбок были очень узкие подола, иногда оканчивающиеся манжетами, застегивающимися на пуговицы. Позднее они немного расширились, приобрели боковые складки, сверху до коленей абсолютно гладкие, а ниже часто заплиссированные. Пюфчики жакетов часто отличались большой сложностью и фантазией. Полы иногда были двухъярусными, выходящие один из-под другого. Костюм для верховой езды от «Редферн» (Redfern), 1912 год. До межвоенного времени большинство женщин сидели в седле боком. Чтобы во время езды юбка не задиралась, вырез делался больше с одной стороны. Иногда под неё надевали теплые шерстяные бриджи. Redfern шил спортивную одежду на заказ с 1870-х.

Меха: каракульча, каракуль, шиншилла, норка, ондатра, тюлень, морской котик. Шубы шили волосом наружу. Больше всего ценились сибирские соболя. Воротник и отделку спереди и по подолу всегда делали из другого меха, обычно длинноволосого. Дополнения: длинные шарфы из меха, муфты от пояса до коленей.

Шляпы. Наибольших размеров достигли шляпы в 1909-1911 гг.: берет «Рембрандт», шляпа «Шарлотта» из белого батиста с широкой присборенной тульей, шляпа «caplines» из итальянской соломки. Шляпки, как необходимый аксессуар любой модницы, также претерпели небольшую революцию. Пышные и сложные конструкции, перегруженные элементами, остались в прошлом. На их место пришли более аккуратные и лаконичные модели.

Дополнения. В отделке использовались дорогие материалы, а в качестве аксессуаров модницы предпочитали жемчужные подвески и меха. Все туалеты отделялись белым воротником, жабо или отворотами из тюля, муслина и органди. Носили кружевное жабо цвета слоновой кости. Застегивали костюмы на плетёные петли или петли из шнура. К одному туалету использовалось не более трех украшений. Зонтики делали из батиста или тюля и украшали массой оборок. Светлые перчатки носили с летними и вечерними туалетами, а с темными костюмами в пасмурные зимние дни носили серо-песочные или коричневые перчатки. Пуговицы были более гладкие небывалой величины. Их пришивали вдоль швов или асимметрично – внизу юбок, жакетов и пальто.

Ткани. Модными тканями были все легкие материалы: прозрачные муслины, вуали, легкие велюры и шерсти утонченных оттенков различных цветов, чаще всего светлые. Эти материалы драпировали и укладывали в складки, что создавало светотеневую живописность платьев.

Цвета. Цвета стали светлее, чем в предыдущем периоде. Изменилось и их применение – более светлые слали носить днем (бледно-розовый, бледно-голубой), более темные – вечером. Сочеталось преимущественно два цвета, например, верхнее платье было не того цвета, что нижнее, или цветная ткань использовалась в сочетании с белым или бежевым кружевом.

Рисунки. Самыми модными были ткани в клетку и полоску, из которых шили пальто и дорожные костюмы, а также ткани с мелкими крапинками.

1.5. Мода периода 1915-1923 гг.

Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

Культурная жизнь, значимые события.

После окончания первой мировой войны восстановление экономики шло быстрыми темпами. 1915 г. – в Нью-Йорке открылось первое модельное агентство Питера Пауэлса; Германия впервые в мировой истории применила боевые отравляющие средства, в качестве оружия массового поражения применен хлор.

1917 г. – в России происходит социалистическая революция.

1920 г. – начало стиля «ар-деко».

1920 г. – закрытие Дома моды «Джон Редферн».

1922 г. – образование Советского Союза.

1922 г. – в Италии к власти приходит Б. Муссолини (1883-1945 гг.).

Во время войны женщины были вынуждены занять место мужчин почти во всех отраслях. Они почувствовали уверенность в своих физических силах и интеллектуальной ценности. Женщины стали вести мужской образ жизни.

После окончания первой мировой войны мужчины вернулись на свои рабочие места, и многие женщины потеряли работу. Но уже ничто не могло заставить их сидеть дома: ведь вокруг было столько интересного. В моду вошел джаз, популярным танцем стало танго, а затем – чарльстон. Казалось, что все пересели в высокоскоростные автомобили, начали загорать и плавать. В обществе вновь произошли изменения: на сцену вышли *nouveau riche* (нубориши), внезапно разбогатевшие за счет старых вкладов, и теперь они диктовали «правила игры».

В 1921 г. Пуаре разработал для ревю "Casino de Paris" сценографию и костюмы, оперируя в основном черным и желтым. Этот факт привел к повальному прониканию черного цвета в туалеты женщин. В Париже был учрежден специально бело-черный бал, который вызвал бурные протесты портных. Как правило, образные костюмы актеров имели влияние на утверждение в жизни определенных форм одежды, однако попытка воскресить моду страусовых перьев, которыми были переполнены все костюмы ревю, не удалась. Зато привилась мода испанской шали благодаря аргентинской танцовщице Изабелле Руис, менявшей шали в каждом танце.

Модные салоны и Дома мод

Во время войны модная жизнь Франции замерла. Большинство знаменитых фирм было закрыто. 1913 г. - В Довиле в открывает свой шляпный магазин Габриэль Шанель (Chanel Gabrielle Soso, 1883-1971). Ей было 30 лет. В 1916 г. этот магазин перерос в небольшое ателье модной одежды на престижном курорте Довиль.

Моду, возникшую в послевоенные годы, а вернее, зародившийся стиль женского костюма уже нельзя было заменить прежним. Многие открывшиеся после войны модные Дома не смогли приспособиться к новым требованиям, особенно те, которые сложились в так называемую «прекрасную эпоху» конца прошлого века. Постепенно закрываются известные фирмы – Дусе, Дреколь, затем Пуаре. Более приспособленными оказались кутюрье-женщины – вновь работают фирмы Пакэн, сестер Калло, Мадлен Вионне, Жанны Ланвен.

Неустойчивость и поиски продолжались еще несколько лет: кутюрье старой школы пытались вернуть костюм прошлого, а сторонники перемен предлагали утрированные формы.

Модный образ

Наследием довоенных лет была манера собирать волосы в тугий узел на затылке с маленькой челкой на лбу. Затем волосы стали зачесывать «гладко» вверх либо делать пробор посередине. Пучок закрепляли или на макушке, или совсем низко, почти на шее. Мода повязок на голове как в античности или в стиле ампир привилась в несколько измененном виде: повязка стала шире и иногда закрывала весь лоб.

Особенности модного силуэта, детали

Женщины привыкли носить униформу. В костюме исчезли украшения, одежда конструировалась так, чтобы обеспечить удобство в работе. Произошло то, за что боролись все реформаторы женской одежды: исчезли корсеты и трены, длина женского платья и длина волос стали короче.

Силуэт. В 1917 г. силуэт напоминал веретено: юбки, ставшие более узкими и длинными, округлились на бедрах и обузились книзу. Талия была обозначена высоко. В платьях и пальто делали много сборок.

Платья. В результате стремления к упрощению кроя платье получило форму рубахи *rob de chemise*, с длинными или короткими рукавами, а также форму прямой рубахи с рукавами кимоно и поясом. В 1918 г. платья укоротились снова и расширились благодаря оборкам, которые нашивали поперек юбок. В 1920 г. длина платья дошла до середины икры.

Костюмы. В формах жакетов было очевидным влияние мундира. В начале войны костюмные юбки были короткими, широкими и самыми разнообразными, жакеты – достаточно широкими, различной длины, с поясом по линии талии и выше. Низ жакета намного отставал от бедер. В 1917-1919 гг. костюмы отошли на второй план. В 1920 г. вернулись полуприлегающие костюмы *tailleur*, с фантазийными полами. Эти модели из новой коллекции Пату, названные «Первый луч», были выполнены из жаккарда *hawana*, а «казак» и подкладка – из кашемира с турецким рисунком. Появились фантазийные жакеты в форме блузы, заканчивающиеся широким, облегающим бедра поясом.

Блузки. В начале этого периода носили блузки, заправленные в юбки или выпущенные наверх с отстающей пышной баской. Позже блуза заканчивалась прямым поясом шириной около 8 см на бедрах, или слегка драпировалась, а драпировки скрепляли большим хлястиком.

Юбки. Широкие юбки, в складку или расклешенные в 1915-1916 гг. открывали ботинки до голенища. Юбки, которые носили с блузками, часто имели неровный низ, отделанный пуговицами и несколькими рядами тесьмы. В 1923 г. появились юбки в клетку.

Пальто. Пальто были фалдящие, длинные, свободные или стянутые поясом, чаще всего с пелериной. Шили их из габардина, коверкота, шерсти в полоску и клетку. Кроме длинных пальто, носили и короткие пальто, дорожные пелерины длиной три четверти, а также совсем короткие куртки.

Дополнения. Чулки стали подбирать в соответствии с цветом платья, но часто к светлому платью надевали черные туфли и черные шелковые чулки. Распространение шелковых чулок повлияло на укорочение юбок. Бижутерия была не в моде, так как широко использовалась цветастая ткань и с фантастическими рисунками.

Ткани. С началом войны уменьшилось количество богатых тканей. Вернулась мода на шерстяные ткани в клетку и полоску, кашемир, шевитот. Получил распространение шелковый трикотаж – трикотин, из которого шили блузки, летние платья и костюмы. Вечерние пальто шили из черного муара и крепа на подкладке из крепдешина, белого шелка или атласа.

Цвета. Сначала применялись ткани пастельных тонов, постепенно они становятся все ярче, а сочетание тканей все контрастнее. Необычайно модным было сочетание белого с черным. Так, в 1922 г. драматические артистки ввели очень милый обычай появляться среди простых смертных в скромных, очень изысканных платьях из матового черного шелка, не надев на себя ничего цветного, без драгоценностей, без грима, без парика, причесанные гладко и без претензий. Это было начало обычая, утвердившего привилегию двух цветов, которые можно носить в любом возрасте и на все случаи жизни, – черного и белого. Самыми модными цветами были: цвет молодого каштана, бронзово-красный, цвет песка и цвет черепахи.

Рисунки. После войны рисунки на тканях становились все крупнее и приобретали живописный характер (пятна различных форм). Крупным цветочным рисунком отличались фуляры. Цветные и яркие рисунки на тканях отодвинули многие виды украшений, эти рисунки заняли первое место, оттеснив на задний план тесьму, бусы.

Орнамент. Орнамент был чрезвычайно крупным и располагался полосами или произвольно. Крупные пятна мотивов рисунка контрастировали с фоном ткани.

1.6. Мода периода 1924-1929 гг.

Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

Культурная жизнь, значимые события. Париж был международным центром не только культурной жизни и развлечений. «Потерянное поколение», вернувшееся с войны, старалось наверстать упущенное и «прожигало жизнь» в бесконечных развлечениях. Алкоголь, секс, никотин и опиум стали непременными составляющими нового образа жизни «золотой молодежи» как и спорт, гонки на автомобилях и полеты на аэропланах. Достижения технического прогресса меняли образ жизни: бытовые электрические приборы, радио, телефон, автомобили, самолеты стали привычными символами современности. Увлечение 20-х гг. – танцы, которые захватили Европу и Америку. Танцевали везде: в танцевальных залах (дансингах), ресторанах, ночных клубах, кинотеатрах, дома и на пикниках. Новое время принесло новые танцы и музыку – шимми и чарльстон (1926 г.), рэгтайм, блюз, свинг и буги-вуги. Настоящей страстью был джаз – музыка американских негров.

Стиль «ар деко» получил свое название «des Arts Decor» («стиль декоративного искусства») после Всемирной выставки декоративных искусств и ремесел, которая проходила в Париже в 1925 г. Понятия «мода» и «искусство» стали неотделимы. В поисках интересных идей кутюрье объединились с художниками. Представители новых течений в искусстве: сюрреализм, футуризм и ар деко – предлагали рассматривать человека и все его окружавшее в гармонии с миром как единое артистическое проявление Вселенной. Творения художников-авангардистов, в особенности сюрреалистов и футуристов, вдохновляли многих дизайнеров одежды, что привело к радикальным изменениям в костюме. В результате этого сотрудничества появились неподражаемые декоративные аксессуары и великолепные ткани эпохи ар деко.

Развитие техники и современного искусства отразилось на ценностях образа жизни этого периода. Оформилось стремление к стандартизации (влияние техники). В архитектуре влияли американцы – появились новые постройки из монолитных блоков, с многоэтажными гладкими стенами, простыми помещениями, с большими окнами (стены из стекла). Начали ценить воздух, солнце, простор и чистоту, а также возрастающую функциональность.

Самым модным комнатным растением стал кактус. Аксессуаром элегантности женщины были собаки (бульдоги, терьеры, пинчеры) – пудели и борзые не в моде. Проникновение современного искусства в жизнь нашло отражение и в одежде.

Русский стиль – символ моды 20-х гг. После войны его популярности способствовала эмиграция из России: рестораны с русской кухней и цыганской музыкой, русские народные оркестры и хоры были популярны в Париже наравне с американскими ревю и джаз-клубами.

Русские эмигранты брались за любую работу, чтобы заработать на жизнь: мужчины – на заводы «Рено», «Ситроен» или в такси, женщины изготавливали кустарные изделия для интерьера, шили и вышивали на заказ платья и белье, делали бижутерию и сумки, расписывали шелковые шарфы и шали, становились модистками и продавщицами в Домах моды.

Модные Дома. Моду создавали парижские Дома высокой моды. Модели большинства Кутюрье отличались декоративностью, обилием украшений, вышивкой в духе самого модного стиля «ар деко», который называли «стиль зиг-заг», «джазовый модерн» и «стиль звезд».

На Всемирной выставке 1925 г. в Париже новая мода была представлена очень широко. Участвовали почти все ведущие кутюрье, одежда занимала несколько павильонов и демонстрировалась на манекенах, сделанных из дерева, и более динамичных, чем прежние восковые.

Одежда и ткань составляют органичную связь предметной среды. В женском костюме наблюдается заметное влияние новых течений в искусстве и архитектуре – конструктивизма, кубизма, футуризма. Одним из выразителей такого творческого направления декоративного искусства во Франции стала художница Соня Делоне, которая использовала в своих моделях новаторские приемы оформления тканей.

Подлинным реформатором женского костюма во Франции все-таки считается Габриель Шанель. Изменения, внесенные ею, касались не только декорирования устоявшейся формы, сколько самого создания новой формы, пропорций, объемов, кроя. Шанель была символом своего времени, как бы главой школы, как когда-то Пуаре. Роскоши она противопоставляла удобство и комфорт.

Модный образ. Вместе с модой менялась и внешность женщины. Новая роль женщины в обществе нашла выражение в модном образе с короткой стрижкой и мальчишеской фигурой, стремящаяся делать карьеру и отказывающаяся от традиционных семейных ценностей ради свободной любви. Отныне дамы все чаще получали высшее образование, затем поступали на работу и без колебаний вступали в романтические связи. Рождение новой женщины привело к тому, что в обществе возникли совершенно новые обычаи и традиции – слабый пол сел за руль автомобиля, приобщился к игре в гольф, теннис и даже взялся за сигарету.

Модный грим 1920-х гг. напоминал киногримм, который из-за низкого качества киноплёнки и дальних планов был черным – темные тени на веках и черная подводка глаз, темно-красная помада на тщательно нарисованных губах могли каждую женщину превратить в роковую красавицу.

В 1925 г. появляются цветные лаки для ногтей, эффектно сочетающиеся с модной манерой курить сигареты на длинных мундштуках.

Особенности модного силуэта, детали. Это смешение стилей отразилось на моде, всегда живо реагирующей на изменения в атмосфере эпохи. Модный костюм стал легким, приспособленным для популярных развлечений. Танцевали в любое время дня и ночи.

В 1927 г. в моду вошли платья с асимметричным подолом – с клиньями, неровными краями, скроенные по косой, что было симптомом грядущих перемен модного силуэта.

Простая форма одежды гармонировала с движениями новых танцев, а введение танца в повседневную жизнь повлияло на стирание граней между будничной и праздничной одеждой.

Юбки укоротились в 1920-е гг., т.к. демографическая ситуация после войны, когда катастрофически не хватало мужчин (одни погибли на полях сражений, другие вернулись инвалидами), привела к обострению сексуального соревнования между женщинами. Поэтому открытые ноги стали такими привлекательными. Изменились пропорции между длиной блузки и юбки. Обнаженная спина стала возможной после упразднения корсетов – первое платье с открытой спиной показал П. Пуаре в 1919 г.

Ткани. В 20-е гг. повседневную одежду стали шить из дешевых тканей. Однако это еще не носило такого массового характера, как в 1929 г., и не коснулось одежды для второй половины дня – для визитов и вечерней, которую продолжали шить из дорогих тканей.

Франция в 1926 г. переживала экономический кризис, и роскошные материалы, изготавливаемые из шерсти тибетских коз, а также цветные натуральные кашемиры, лионские шелка и парчу носили исключительно иностранцы. «Модели от Редферна и Пакэн показывали в парижских театрах и ресторанах преимущественно англичанки и американки. Француженки же, которые ранее одевались вызывающе и роскошно, стали скромными и серыми» – читаем в журналах того времени.

Цвет. Модным было одноцветное решение всего костюма. Отдельные его части едва различались по тону. Самыми популярными цветами были белый и черный. Черный цвет трактовался как цвет официальный, визитный.

1.7. Мода периода 1930-1938 гг.

«Великая депрессия». Основные стили 1930-х годов. Сюрреализм и мода. Культурная жизнь этого периода, значимые события. Особенности модного силуэта, детали.

Культурная жизнь, значимые события. Основные требования времени – естественность, натуральность, простота. Это касается не только одежды, но и всего, что окружает человека в жизни. Это было время господства хорошего вкуса, и до сих пор модельеры черпают вдохновение в этой эпохе. Это был период экономического кризиса в Европе, начавшийся в 1929 г. Стремление к экономии нашло отражение и в моде. великий крах на бирже 1929 года повлек за собой безденежье и массовую безработицу. В 1932 году в США 14 миллионов человек не имели хлеба и заработка, в Германии таковых было 6 миллионов и 3 миллиона в Англии. Во Франции многие из американских клиенток отказались от услуг кутюрье, а крупные дома моделей в США, которые имели право каждый сезон покупать ряд моделей, чтобы распространять их в различных странах, теперь брали лишь одну-две лицензии, но зато потом без конца их копировали. Таким образом в одной только модной промышленности во Франции образовалось 10 тысяч безработных.

Многие из состоятельных клиентов Домов высокой моды в одночасье теряли свои капиталы. Представители средних классов, которым удалось пережить потрясения этой эпохи, в целях экономии стали шить одежду дома. Появились ткани обогатенных фактур, не требующих дополнительных украшений. Упрощение декора и ликвидация трудоемкой ручной отделки послужили причиной потери работы множеством вышивальщиц, продавщиц перьев, корсетниц, а также закройщиков и подручных швей.

В 1936 г. во Франции был принят закон о предоставлении гражданам оплачиваемого отпуска. И толпы счастливых людей ринулись к морю. Конечно же, им понадобилась новая удобная одежда для комфортного отдыха на свежем воздухе. И модельеры стали разрабатывать линию спортивной одежды. Пока еще не идет речь о массовом производстве готового платья. Но уже появляются бутики, торгующие исключительно спортивной одеждой. Брюки, купальники, пляжные юбки, свитера – все это можно купить в крупных магазинах, хорошо подготовившихся к долгим отпускам прекрасных дам. Одновременно с высокой модой продолжается развитие и других отраслей, связанных с производством предметов роскоши.

Все от одежды до внутреннего убранства дома, было исключительно ценным, однако, как отметил известный фотограф Сесил Битон: «Никаких «show-off», ничего демонстративного, как в 20-е годы, больше не было, от всего этого отказались».

Причиной тому были не только тяжелые времена, но и некоторая дань современности: арт-деко и кубизм отдавали предпочтение геометрическим линиям, революционные архитекторы, такие как Ле Корбюзье, и влиятельные организаторы, как Жан Мишель Франк, вновь обратились к культуре быта и благоустройству жилья и пробудили чувство функционального. «Элегантность означает умение выбрасывать».

Хром, зеркала и стекло определяли новое понимание жилья, которое было чуждо всякой уютности. Вознесшиеся ввысь небоскребы, такие как Центр Рокфеллера в Нью-Йорке, и конструкции мостов, «Золотые ворота» в Сан-Франциско, прославлялись как чудо техники и внушали веру в прогресс.

Несмотря на хозяйственные трудности, развитие техники во многих странах не подверглось упадку. Изобретение звукового кино покончило с немymi фильмами. Актеры, разговаривая с экранов, стали более близкими, понятными и любимыми. Влияние фильмов на человеческую психику еще более увеличилось. Тип популярной артистки, подчеркнутый туалетом, становился для многих женщин эталоном для подражания.

Выдающимися звездами кино в 30-х гг. были Джейн Крафффорд, Грета Гарбо, Джуди Гарленд, Марлен Дитрих. Марлен Дитрих ввела в моду брюки, полностью соответствующие мужским.

В 1931 году бургомистр Парижа потребовал от Марлен Дитрих немедленно покинуть город, так как она отважилась появиться на улице в мужском костюме. При этом широкие брюки уже произвели фурор в качестве одежды для досуга и вечерней пижамы. Но в официальном признании им еще долго отказывали. Только в конце двадцатого столетия брючный костюм для женщин нашел признание во всех слоях общества.

Большинство людей, как бы бедны они ни были, хотели выглядеть достойно. Никогда подходящей одежде не придавали большего значения. Среди работающих женщин появилось две категории. Одни хотели одеваться за любую цену, не оглядываясь на окружающих, другие считали, что на работу нужно надевать самые плохие вещи, чтобы не портить парадных. Проблему разрешил канцелярский халат, который шили из шелковой ткани синего или черного цвета и отделывали чаще всего белым воротником, манжетами и цветным поясом.

И наконец, купание также стало видом развлечения - благодаря изобретению тампакса и новых тканей, которые позволили сделать купальный костюм узким и облегающим, чтобы в воде он не потерял свою форму. Стало модным проводить отпуск в немецких или австрийских Альпах - катаясь на лыжах зимой, совершая горные восхождения и прогулки летом. Тирольская мода нашла

понимание в самых элегантных кругах, а баварское национальное летнее платье было даже скопировано высокой модой.

Модные Дома. Время между двумя войнами – это единственный период в истории, когда миром моды управляли женщины. Наиболее известные среди них – Мадлен Вионне и Габриэль Шанель. Личности замечательные и совершенно не похожие друг на друга. Одна – изобретательный практик-конструктор. Другая, которую уже весь Париж называет Коко, – теоретик стиля, определяющий правила, по которым должен строиться гардероб современной женщины.

В их творчестве ясно видны два основных направления моды грядущего. С одной стороны, логически выверенное построение силуэта, а с другой, – создание гардероба, подчиненного одному стилю. Массовое производство одежды еще не началось.

Едва Шанель ввела в моду «маленькое черное», как в 1931 году ей пришла мысль создать целую серию белых вечерних платьев. Голливуд сразу увидел, какие возможности таит в себе «великое белое», здесь соединили идею Шанель с кроем по косой линии Вионне, и так появилось сверкающее сатиновое платье, которое стало воплощением сексуальной привлекательности.

Это произойдет только через двадцать лет. А пока, помимо Вионне и Шанель, нельзя не вспомнить имени Эльзы Скьяпарелли. Ее коллекции одежды отличаются неожиданным сочетанием деталей и аксессуаров.

Эльза Скьяпарелли (Elsa Schiaparelli) (1890-1973) – дизайнер, одна из самых заметных фигур в моде первой половины XX в. Люсьен Лелонг (Lucien Lelong) (1889-1953) – сын владельцев Дома моды, так же как и Жак Дусе, и многие другие владельцы домов моды, не был создателем одежды. Он занимался бизнесом и художественным руководством торгового предприятия. Л. Лелонг использовал для создания своих коллекций эскизы талантливых модельеров (Пьера Бальмена, Кристиана Диора, Юбера де Живанши и многих других). В 1935 г. он создал отделение по изготовлению готового платья, пока еще в ограниченном объеме. Эта одежда под маркой Lucien Lelong Edition требовала лишь небольшой подгонки по фигуре. Создание подобной линии предвосхитило появление массового производства прет-а-порте.

Привычный для словаря моды термин «бутик» (boutique) означал в то время не просто место, где продается одежда, а магазин, в котором представлена продукция только одного модельера. И здесь уже можно говорить о появлении первых линий прет-а-порте под маркой определенного кутюрье, хотя производство готового платья пока еще не стало массовым.

В 1930-е гг. Дома высокой моды занимают каждый свою нишу и имеют собственную клиентуру. Все, что производится под именем модельера, несет на себе отпечаток его личности. В каждой модели чувствуется его неповторимый и узнаваемый стиль. Творцы высокой моды бережно хранят секреты своего мастерства.

Модный образ. Идеалом каждой женщины стали стройная фигура, спортивное тело, длинные ноги, загорелая кожа. Силуэт создавала юбка до колен, слегка расклешенная внизу. Прическу делали с помощью «вечной» завивки (электрической или паровой). Платья обрисовывают грудь, талия подчеркнута. Волосы средней длины, локоны. Распространились жидкости, осветляющие волосы. И тогда после периода моды темной, гладкой головки воцарилась мода пушистых белокурых волос. С течением времени они становились более длинными и более пушистыми. Волосы убрали со щек, их стали откидывать назад. Однако в дальнейшем модна была маленькая головка, поэтому появилась прическа, основанная на скреплении всех локонов на макушке.

Особенности модного силуэта, детали. Пресыщенность долго носимыми туалетами а la garçonне с простыми геометрическими формами повлияла на изменение тенденции моды.

Мода 1930-х гг., не отрекаясь от завоеваний феминизма, становится более женственной, основываясь на большем подчеркивании форм женского тела. Пояс завязывали на естественном месте талии. Одежда становилась все более облегачающей и все выразительнее подчеркивала фигуру с помощью конструктивных линий. В 1938 г. в моду входят платформеры в обуви.

В конце этого периода длина укоротилась, юбки стали клешить не от бедер, а от пояса, проповедуя новую линию моды, которая затем продолжалась вплоть до конца войны.

Платья. Платья длиной на 20-25 см от земли. Платье-костюм: шерстяное платье + свободный или прилегающий жакет из одной или разных тканей, шерстяные платья, связанные вручную на

спицах. Шелковые и хлопчатобумажные платья были облегающими до коленей. Внизу расширялись благодаря клешу или складкам, вверху драпировались. Зубчатые подолы исчезли, до 1935 г. поверх белого платья носили пестрый жилет без рукавов из шерстяного или шелкового трикотажа.

Спортивное платье. Вместо воротника носили шарф. Застежка спереди, иногда с окантованными лацканами, на лифе два кармана. На талии носили пояс с пряжкой. Юбка прямая с одной, двумя или несколькими складками, застроченными немного ниже уровня коленей, или со вставленными на определенной высоте клиньями.

Рукава. Шерстяные платья были с рукавами длинными и узкими, слегка присобранными или уплотненными у оката, а в летних платьях рукава доходили до локтя или их не было вообще («безрукавки»).

Блузки. Спортивные блузки из сурового шелка и пике заправляли в юбки или выпускали поверх с поясом. Визитные блузки делали в форме туники, а вечерние – задрапированными, как правило, из блестящих тканей (парча).

Костюмы. В 1930 г. женский жакет стал идентичен мужскому пиджаку. Жакеты дамских костюмов были с широкими плечами, слегка подпоясанные в талии, с однобортной застежкой, юбка гладкая. Их шил тот же портной, который шил и мужские пиджаки, применяя ту же технологию обработки. В качестве дополнения был белый или цветной жилет, наброшенная на плечо лиса, букетик на лацкане. В дансинги и рестораны надевали костюмы с расклеванными басками, отделанными мехом, и с узкими брюками. Блузки к ним шили из парчи. Летние костюмы шили из крепдешина. Модными были различные накидки из толстого шелкового полотна, короткие плащи из белого пике, едва доходящие до коленей; их носили поверх цветных шелковых платьев.

Пальто. Летние плащи длиной «три четверти» были контрастными по отношению к цвету платья (одноцветное платье + цветной плащ и наоборот). Пепельные и бежевые пальто носили с платьями, сближенными по цвету. Модны были кожаные плащи. У зимних пальто воротники делали из каракуля. Модным дополнением был длинный шарф, пришитый сзади и выполняющий роль воротника. Пелерины из ткани пальто порой едва прикрывали плечи или были длинными, как плащ, иногда с капюшоном.

Меха. Наиболее модным был коротковолосый мех (каракульча, жеребок, норка, мех теленка). Из него шили жакеты, накидки, пелерины, пальто и полупальто для вечерних и бальных туалетов. Носили крашенные меха во все оттенки голубого цвета вплоть до синего. Мех использовали в качестве отделки платьев, костюмов. Из меха делали галстуки, банты, манжеты, отвороты, шили пелерины, шапочки, муфты и болеро.

Шляпы с 1930 г. имели большие, плоские по бокам, спереди немного наклоненные и сужающиеся сзади поля. Появились шляпы в форме касок, имевшие фантазийно выгнутые поля. Весенние шляпы делали из тонкой соломки «сизалька» или ажурные, сплетенные из волоса. Любую нарядную шляпу можно было носить с различными костюмами, и были они преимущественно другого цвета, чем платье или костюм, однако требовали соответствующего цвета пояса, перчаток и сумки. Часто носили черные и белые шляпы.

Белье. В 1930-е гг. возвращается более женственный силуэт, что требует нового подхода к дамскому белью. В гардеробе появляются изящные бюстгальтеры, легкие корсеты и струящиеся комбинации. Корсет нового типа – эластичный пояс. На смену стягивающим ногу подвязкам пришел удобный пояс для чулок. Если в 1920-е гг. свободолюбивые женщины предпочитали носить пижамы, то в 1930-х гг. они выбирают ночные рубашки и волнующее воздушное нижнее белье, как в голливудских фильмах.

Ткани. В 1935 г. очень популярным стало органди – гладкий, светлый, очень тонкий материал в незаметную клетку, полоску или мелкий рубчик. Из него шили бальные, вечерние или весенние платья. Из шелка шили только послеобеденные костюмы, а утренние, спортивные, летние, прогулочные и вечерние платья чаще всего выполнялись из хлопчатобумажных тканей или из искусственного шелка. 1938 г. – изобретение синтетического материала – нейлон.

Получили распространение трикотаж и вязаные изделия из шелка, шерсти и хлопка. Свитеры и джемперы стали повседневной одеждой, а тонкое и толстое джерси – основными материалами для

платьев и платьев-костюмов. Распространились рисунки одноосновные и одноутковые, а также многоосновные, так называемые меланж и шармез.

Цвет. Moda вернула женщинам яркую цветность тканей. Стали возможными различные чрезмерно яркие сочетания цветов, а рисунки цветов начали диктовать естественные и легкие узоры.

1.8. Moda периода 1939-1945 гг

Основные тенденции военной моды. Французские Дома моды во время войны. Послевоенная мода. Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

1.9. Moda периода 1946-1959 гг.

«Нью лук» К.Диора. Возникновение прет-а-порте. Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

1.10. Moda периода 1960-х годов

Рождение молодежной культуры. Мини-мода. Хиппи и перемены в моде. Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Технология кроя и пошива. Ткани.

1.11. Moda периода 1970-х годов.

Мода в эпоху постмодернизма. Основные стили и тенденции. Кензо, И. Сен-Лоран, Дж. Армани. Молодежные субкультуры 1970-х годов.

1.12. Moda 1980-х годов

Основные стили и тенденции. Неоклассика – творчество К. Лагерфельда. Т. Мюглер, К. Монтана, Ж.-П. Готье. Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали.

1.13. Moda 1990-х годов

Культурная жизнь этого периода, значимые события. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали.

1.14. История российской моды к. XIX – XX вв.

Модные события начала XX века до 1917 года. Кумиры моды. Модные салоны и Дома мод. Модный образ. Особенности модного силуэта, детали. Мода 1917-1930 гг. Мода послевоенного периода.

1.15. История молодежной моды

Возникновение молодежной моды. Вызов взрослому поколению. Возникновение «фольклорного стиля» и «хиппи».

1.16. Особенности моды XXI века

Экологическое направление в дизайне. Экологические проблемы. Экологическая тема в дизайне. Экологизация потребления. Идея минимального гардероба. Экологические технологии и материалы. Три теории возникновения и распространения модных тенденций. Теория «trickle-down». Теория «trickle - across». Теория «trickle-up». Типы потребителей модной одежды. Инструменты отслеживания потенциальных модных тенденций. Прогнозирование моды Модная тенденция. Байеры. Консультанты в области моды. Дизайнеры. Производители. Выставки. Пиратство в моде. Проблема промышленного шпионажа. Нелегальные копии. Дешевые подделки. Защита авторских прав.

Экологические проблемы.

Уже с конца 1970 годов общество всерьез стало волновать экологические проблемы, что вызвано было в какой-то степени энергетическим и экономическим кризисом этого времени. Разрушение природной среды в разнообразных формах превратилось в мировой процесс, последствия которого привели к необходимости кардинальных изменений во многих областях человеческой деятельности.

В семидесятые годы XX века, когда впервые заговорили о реальной угрозе экологической катастрофы, возник "экологический подход" в дизайне, ставший откликом на негативные последствия технологической революции. В конце 1970 годов появился "экологический стиль" в моде. В 1980 годы сформировались новые концепции в дизайне ("альтернативный дизайн", "метафорический дизайн", "антифункционализм"), которые на первый план выдвинули новые свойства дизайнера – способность к воссозданию в структуре среды традиционных функций и качества жизни.

Одной из причин экологического кризиса является неумеренное потребление "цивилизованного" человека. Вещный фетишизм стал типичным признаком массового сознания в индустриальном обществе, когда критерием жизненного успеха является объем личного потребления.

Экологическая тема в дизайне. Впервые экологическая тема была заявлена дизайнерами одежды в конце 70 начале 1980 годов, предложивших "экологический стиль", одежду, состоящую из натуральных, преимущественно льняных и хлопчатобумажных тканей, естественные цвета с отделкой ручной работы и т.д. Возникает интерес к прошлому, культурным традициям своего народа, а также и другим народам. В моду начинает входить фольклорный стиль, использующий мотивы крестьянского костюма народов Европы. Так, например, японские дизайнеры создали совершенно новую одежду с новыми свойствами из новых тканей на основе принципов формообразования традиционного японского костюма, оставляющего свободное пространство между телом и одеждой, а также с элементами деконструкции, трансформируя традиционную европейскую одежду.

Но после нового экономического подъема экологический стиль стал забываться. В эти годы развивался стиль яппи – так называли молодых людей, быстро разбогатевших на рынке недвижимости. Молодежь 80 годов стремилась к карьере, и костюм, и одежда, становились символами успешной карьеры. В то же время классический стиль свободно соединялся с не соединимым. Рядом с неоклассикой существовала подчеркнутая театральность, нарушение общепринятых норм ношения одежды, ее многослойность и многоэтажность, нарушение "хорошего вкуса": джинсы теперь стали надевать со смокингом.

В середине 1990 годов деконструктивизм становится одним из самых популярных направлений в моде. Это проявилось в асимметричном крое, смешении застежки, необработанных краях. Молодежь этого времени предпочитала майки, шорты, кроссовки, моден был эффект намеренно состаренной одежды. К концу 90 годов самым популярным направлением стал минимализм, культивирующий простые чистые формы и нейтральные цвета, но в то же время присутствовали в одежде многослойность и ретро-стилизация в духе 1970 – 1980 годов.

Экологизация потребления. Конец XX века и начала XXI века характеризуется не только тенденцией смешения стилей, но и серьезного подхода к моде с точки зрения экологии, экологического мышления. В новом тысячелетии в связи с осознанием опасности ускорения темпов роста потребления, "вещизма", поразившее западное общество во второй половине XX столетия, порождения все новых потребностей и их удовлетворения в ущерб природным системам, назрела необходимость смены системы ценностей, которая бы способствовала гармоничному сосуществованию человека и природы, определяя превосходство качества жизни над количеством потребляемых благ. Отсюда вытекает важнейшее направление экологизации современного общества – экологизация потребления, означающая разумное сокращение потребления, распространение норм экологически правильного потребления, ориентация на безвредные и безотходные технологии и экологически безопасные материалы, выработки нового стиля потребления, возврат к "качественным" вещам длительного пользования. Снижению объемов потребления способствует приверженность современного дизайнера одежды не только вещам длительного пользования (классические аксессуары и трикотаж, джинсовый стиль, вещи направления "хай-тек"), но и вещам многофункциональным.

Идея минимального гардероба. Многие модельеры являются сторонниками идеи минимального гардероба, состоящего из вещей, подходящих для любого случая и не принадлежащих к определенной ассортиментной группе. Подобная универсальная вещь может заменить собой множество других. Эклектизм современной моды, многообразие стилей, форм и образов также способствует тому, что, придумывая новые сочетания, соединяя старые вещи с новыми, можно продлить срок использования одежды. Дизайнеры, и критики моды утверждают, что сегодня главное – не мода, а стиль – индивидуальный стиль человека. Следование этой концепции освобождает от необходимости учитывать изменения сезонной моды, что тоже приводит к сокращению потребления /2/.

Экологичные технологии и материалы. Сегодня экологическое направление в дизайне связано главным образом с этикой профессиональной деятельности, с изменением целей и задач дизайнера в современном мире. Формирование экологического образа жизни предполагает не только сокращение потребления, но и ориентацию на использование экологически безопасных продуктов, изготовленных с применением экологичных технологий, уничтожение отходов, выделение и устранение ядовитого мусора. В дизайне одежды происходит пересмотр возможностей использования как натуральных, так и искусственных материалов; отказ от тех искусственных и синтетических материалов, которые негативно влияют на здоровье человека (вызывают аллергию, накапливают статическое электричество), а также производятся неэкологичными способами. Эти проблемы решаются путем отказа от синтетических материалов, которые практически не ассимилируются в окружающей среде, производство которых загрязняет окружающую среду. Такие синтетические материалы предлагают заменять естественными материалами, традиционными для изготовления одежды: льном, хлопком, шелком, шерстью, путем замены натуральных кожи и меха искусственными (особенно это относится к меху редких диких животных, перьям экзотических птиц, занесенных в «Красную книгу»). Синтетические материалы имеют право на существование, если обладают свойствами натуральных материалов либо превосходят их (например, высокотехнологичные ткани – "бутерброды", водо-, ветрозащитные, воздухопроницаемые "дышащие" ткани с мембранным покрытием). Альтернативой таким искусственным и синтетическим материалам становятся новые материалы с новыми эксплуатационными свойствами, которые обладают способностью саморазлагаться, производство которых происходит с использованием безвредных и безотходных технологий. Экологизация производства означает не только "щадящее" ресурсопотребление, но и, разработку и реабилитацию традиционных технологий. В этом отношении существуют такие компании, которые выпускают экологические "Экоколлекции".

Современные концепции

Свою концепцию предлагают сторонники "альтернативной экономики", которые считают, что любое производство должно базироваться на совершенной технологии, обеспечивающей минимальные потери сырья, и на мелкосерийном производстве, что приводит к колоссальной экономии ресурсов, поскольку производится только то, что действительно необходимо. Многообразие стилей, дифференциация проектирования (в конечном счете рассчитанную на малую группу или на отдельного человека) оказываются гораздо менее расточительными и более экологичными, чем единообразие массового серийного производства. Ориентация на выполнение индивидуального заказа является одним из путей борьбы с избыточным производством.

Одно из перспективных направлений экологического дизайна является так называемый "неотехнологический дизайн" – дизайн цвета и света, запахов, климата, акустического и фактурного режимов среды. Появляется звучащая одежда, одежда со световыми эффектами, одежда с запахами, одежда из тканей с жидкими кристаллами, меняющая цвет в зависимости от освещения или от температуры тела человека. Переход к информационной цивилизации требует "сенсорной революции" – становление новой культуры чувственности, нового формообразования на основе сенсоризации с применением высоких технологий. Ч. Руджери говорила, что одежда может сделать больше, чем прикрыть тело, она может выражать радость или отчаяние. Уже в 1980 годы коммерчески успешными были модели Ч. Руджери – платья из ткани с жидкими кристаллами, кинетическая одежда для дискотеки, платья, украшенные сотнями разноцветных лампочек. Это новое направление в дизайне, получившее определение "хай-тач", важная составляющая экологического направления в дизайне,

поскольку решает проблемы адаптации современных технологий к потребностям и ценностям человека.

Высшими целями дизайна, ориентированного на экологию человека является развитие творческих способностей личности, создание благоприятной и комфортной для человека среды. Экологическая эстетика требует от продуктов дизайна, чтобы они были чувственно воспринимаемыми, привлекательными, благоприятно воздействующими на психику человека, передавая ему ощущение покоя, естественности, раскованности, вызывающая положительные эмоции, предоставляющая человеку возможность творчества, свободного самовыражения. Такой подход находит все большее распространение и в дизайне одежды, изменив отношение к назначению вещи, где полезность отошла на второй план, уступив место игре, фантазии, способствующим творческому развитию личности..

Важным направлением экологического движения является экология культуры. Экология культуры предполагает сосуществование, диалог, многообразие национальных культур, разных художественных языков, сохранение региональных и национальных традиций. Глобальный кризис культуры характеризует закат индустриальной цивилизации. Об этом свидетельствуют все признаки кризиса: ослабление роли культуры в обществе, унификация и стандартизация культурных ценностей, потеря национальных особенностей и индивидуальной самобытности, широкое распространение массовой "антикультуры". Единое информационное пространство, интеграция мировой экономики несут в себе опасность нивелирования культурных особенностей. Цивилизация будущего – "экологическая цивилизация" – должна стать цивилизацией культуры, где созданы условия для свободного диалога различных культур, является одной из важнейших, жизненных потребностей. Проблемы, связанные с экологией культуры, в теории дизайна получили определение "проблемы культурной идентичности", которая впитывает в себя язык и литературу, искусство и архитектуру, обычаи и нравы, историю и религию, все, что обеспечивает память и побуждает к развитию и осознанию культурной общности. Поиски "этнокультурной идентичности" дизайна одновременно идут по двум направлениям: с одной стороны, это стремление проникнуть в основы собственной национальной культуры, воссоздать в предметной среде ее важнейшие архетипы; с другой стороны, интерес к ценностям других культур, позволяющим духовно обогатить предметный мир современного человека.

Экологически–ориентированный дизайнер обращается к традициям материальной и духовной культуры региона, стремясь воссоздать образы человека, которые соответствуют данной этнокультурной традиции. Среди задач так называемого регионального дизайна – создание одежды, соответствующей климатическим и природным условиям данного региона, возрождение традиционных типов формообразования и отношения к материалам. «Этнический» стиль давно уже адаптировал для современной одежды формы костюма разных народов мира. Костюм является крайне важным элементом традиционного образа жизни, в котором отражено мировосприятие данного этноса. Современные дизайнеры одежды стараются на новом уровне воссоздать национальные образы, соответствующие одновременно и традиции, и новому образу жизни современного человека.

В сегодняшней современной одежде присутствует влияние и смешение многих национальных культур, так как плюрализм вкусов означает равноправие эстетических идеалов.

Обращение дизайнеров к традициям в одежде разных стран и народов вызвано потребностью в усилении гуманистического подхода к проектированию среды обитания человека. Тенденция эклектичности в одежде особенно усилилась не только в конце XX века, но и продолжает развиваться в новом XXI веке, с преобладанием экологического подхода к созданию одежды, умело и рационально соединяя то, что традиционно считалось несоединимым. Умение ассимилировать разнообразные влияния, отбирая лишь то, что не противоречит, а органично дополняет культуру – это необходимость для современного дизайна. В дизайне одежды модельеры, соединив разные художественные традиции, сумели создать совершенно новую одежду, которая скорее может восприниматься как одежда будущего, и она должна отражать проблемы экологии, особенно экологии человека.

Специалисты в области цветового прогнозирования. Их задача –выявить цветовые предпочтения, которые станут массовыми через два – три года.

Немаловажная причина необходимости долгосрочного цветового прогнозирования состоит в том, что изготовление текстильных красителей – процесс, занимающий немало времени. И производителям этой отрасли необходимо иметь самое базовое представление о тенденциях – преобладании оттенков определенного цвета и его вероятной насыщенности. Компании останавливаются на палитре из приблизительно 250 красителей для волокон всех типов и толщины. 20% из этих красителей – ключевые и не поддаются смешиванию, остальные преобразуются в дальнейшем в сложнейшие цветовые палитры.

Вообще, цвет – один из основных атрибутов модной тенденции и важнейший аргумент, приводимый потребителем в пользу или против совершения покупки. Опытные байеры всегда знают, что покупатель скорее предпочтет вещь понравившегося цвета и пренебрежет фасоном, нежели купит одежду модного фасона в цвете, который ему не нравится. Цветовое прогнозирование – результат анализа данных, полученных из большого количества самых различных областей:

- мониторинг социальных, экономических и политических явлений, способных воздействовать на мышление, настроения и действия людей;
- журнальные материалы о моде, дизайне интерьера, музыке;
- газетные публикации о стиле жизни, путешествиях, развлечениях, бизнесе;
- показы в Милане, Лондоне, Париже и Нью-Йорке;
- торговые выставки и ярмарке;
- стиль жизни знаменитостей из шоу бизнеса и «ролевых моделей» из других областей;
- цветовая палитра кинофильмов (особенно фильмов с экзотическим местом действия, исторических или ярких и запоминающихся по костюмам);
- мир музыки – клубные площадки, клипы, последняя танцевальная музыка и стили музыкальных звезд;
- туристическая индустрия с новыми модными местами отдыха;
- уличная мода мегаполисов, улиц, ассоциирующихся с искусствами, районы местных дизайнерских бутиков;
- уличные рынки Парижа и Лондона и уличные рынки в других городах, отражающие характер определенного места и культуры;
- новые выставки, археологические находки и масштабные экспозиции, особенно те, которые были широко освещены в СМИ;
- возрождение интереса к историческим периодам, особенно к архитектуре, живописи и типичным образам разных эпох;
- кулинарные моды, включая моду на новые продукты, методы приготовления и цветы определенной местности;
- игры, игрушки и развлечения различных возрастных групп;
- новые электронные и компьютерные приборы и технологии;
- промышленный дизайн, графический дизайн и дизайн упаковки.

Как видим, **модные тенденции – одна из существенных составляющих всей индустрии моды, и работа с ними сопровождает все стадии работы с модным продуктом** – от разработки волокна и тканей до окончательного дизайна и определения стратегии продажи. А после того, как одежда была сшита, закуплена и продана потребителю, каждым из звеньев цепочки проводится анализ реализации прогноза, на основе которого делаются последующие прогнозы и производится корректировка самих методов прогнозирования. Эти методы за последнее время претерпели существенные изменения. Иначе, чем наивными, сейчас трудно назвать теории, согласно которым радикальные изменения в длине юбок случаются каждые тридцать лет, а то, что немодно через пять лет, становится суперпривлекательным через полвека. В области модного прогнозирования принято говорить не о циклах, а о волнообразном возвращении некоторых тенденций. А современные модные теории связывают различные способы формирования тенденций с различными типами общества.

Несмотря на то, что определенные схемы, позволяющие сформулировать возможные потребительские предпочтения за год-два до их четкого оформления, разработаны и активно использу-

ются европейскими и американскими консалтинговыми агентствами или специальными подразделениями в составе крупных торговых и производственных предприятий, многие современные социальные и экономические процессы препятствуют стабильности и предсказуемости развития рынка и его тенденций.

Благодаря новейшим технологиям и, в первую очередь, паутине Интернета, наша планета стала очень маленькой и события в одной географической точке почти молниеносно влияют на положение дел во многих областях во всем мире. Модный бизнес очень уязвим, так как зависим от огромного количества факторов, в принципе неподдающихся прогнозированию.

В начале XX столетия Георг Зиммель предположил, что «чем более нервным становится время, тем быстрее сменяют одна другую моды». Смена модных тенденций действительно ускори-лась в XX веке. Некоторые историки моды относят начало этого процесса к коллекции Кристиана Диора 1947 года. До New Look мода менялась постепенно. Диор предлагал новые тенденции каж-дый сезон – Н силуэт, А – силуэт...и потребители стали ожидать новые веяния каждый сезон. К началу 90-х годов количество «сезонов» увеличивалось с четырех до шести и более. То, что когда-то было степенным прогрессом, превратилось в гонку, в которой один новый тренд накладывается на предыдущий, не успевший еще собственно стать модным, а вдогонку за ним готовиться уже сле-дующий.

Аналитики моды говорят сегодня о моде двух последних десятилетий, как о моде постмо-дерна: более не существует четко выраженной границы между тем, что «в моду вошло» и тем, что «из моды вышло». Другие характерные для постмодерна черты: небывалое разнообразие дизайнер-ских предложений; увеличение принятых обществом видов и стилей одежды; увеличивающаяся ав-тономия потребителей. Однако обилие тенденций само по себе отнюдь не играет на руку произво-дителям и продавцам одежды. Не имея четких ориентиров по поводу того, что же сегодня в моде, потребитель чувствует себя очень неуверенно даже при огромном выборе, что в конечном счете губительно сказывается на продажах. Выход из данной ситуации – не просто предсказание нового направления, а выявление определенной тенденции для определенной группы потребителей.

Но и сама по себе идея модного прогнозирования, опирающегося не в последней степени на ощущения и пожелания потребителей, также таит в себе много проблем. Понятно, что интересы потребителей совпадают с интересами производителей, когда приобретается новая вещь, удовле-творяющая целый ряд запросов покупателя: комфорта, универсальности, самовыражения, социаль-ной идентификации, защиты от погодных явлений и т.д. Однако производитель и продавец заинте-ресованы (в отличие от потребителя), чтобы одежды покупалось как можно больше (а не просто «достаточно») и чтобы ее можно было продать по максимально высокой цене. В конце 80-х амери-канская индустрия моды потерпела значительные убытки, пойдя на поводу у клиентов и предлагая тотальный casual (расслабленный, «небрежный» стиль) для большинства ситуаций. Спрос на подоб-ную одежду был быстро удовлетворен, и доля затрат на вещи в бюджете среднего американца за-метно уменьшилась, к этой проблеме добавилась еще, и тенденция покупать этот самый casual по-дешевле, благо выглядит он, под каким бы брендом не появляясь, приблизительно одинаково.

Разница в интересах покупателя и производителя, и продавца приводит к тому, что по-следним гораздо важнее манипулировать клиентом и диктовать ему, нежели исключительно следовать его потребностям.

Мода, вернее ежесезонно меняющиеся модные тенденции – идеальное средство вынудить по-требителя приобретать больше одежды и платить за нее большие деньги. При этом тенденции на предыдущий, нынешний и последующий сезон должны меняться достаточно решительно, чтобы была понятна разница между прошлогодней «немодной» и нынешней «модной» одеждой и, в то же время, не радикально, чтобы потребительский сегмент «отстающих» мог успеть оценить иннова-ции. Джинсовая одежда последних сезонов оказалась большим испытанием для марок, оказавшихся неспособными предлагать в новых коллекциях одежду, существенно отличающуюся от вещей по сезонным скидкам. Последние отчеты GAP о финансовом кризисе легко было проиллюстрировать в начале 2002 года картиной любого из сетевых магазинов бренда, где залежи джинсов из осенне-зимнего сезона выглядели абсолютно идентично курткам и брюкам из денима весенней коллекции.

Сложный баланс интересов производителя, продавца и покупателя, в соблюдении которого не последнюю роль имеет корректное прогнозирование – отнюдь не правило, а только «идеальный вариант» для индустрии моды, расплачивающейся за свои ошибки промышленными кризисами.

1.17. *Стили XXI века.*

Гламур. История термина «гламур». Гламур сегодня. Признаки стиля «гламур». Кумиры стиля. Гламур на подиуме. Винтаж. Термин «винтаж». Винтаж в одежде. Подлинный винтаж и стилизация. Китч в моде. Понятие «китч». История возникновения. Китч в XX веке. Китч в моде. Китч в коллекциях российских дизайнеров.

Гламур. Этого понятия еще нет в академических словарях, но его знают все. «Гламур», «гламурность», «гламурный шик». *Гламур – это не просто стиль одежды, но и стиль жизни, определенное к ней отношение.* Сегодня даже говорят о деревенском и джинсовом гламуре. Порой под этим словом понимают совершенно разные вещи – от безупречной и даже строгой элегантности до распоясанной экстравагантности.

Гламур — это маскировка, которая нужна для того, чтобы повисить свой социальный статус в глазах окружающих. Гламур нужен для того, чтобы окружающие думали, что человек имеет доступ к бесконечному источнику денег.

Применяется прежде всего к моде на одежду и косметику (противопоставляется *гранжу*), а также к стилю жизни, развлечениям и прочему. К «гламурным» обычно относят стандарты одежды и жизни, рекламируемые в «женских» и «мужских» глянцевых журналах (понятия «глянцевый журнал» и «гламурный журнал», «гламур» и «глянец» часто выступают как взаимозаменяемые).

«Гламур» – стиль, ассоциирующийся с Голливудом 1940–50-х годов. **Основные признаки** – утрированная женственность, роскошные ткани и украшения, узкие прилегающие силуэты, декольте, высокие перчатки, открытые туфли на очень высоких каблуках, некоторая манерность, порой даже жеманность.

Этот стиль характеризуется показной роскошью во всем: в одежде, украшениях, автомобилях, авторучках, зажигалках, вазах, посуде. Но с одним неоспоримым условием - украшения должны быть обязательно подлинными и дорогими: бриллианты, жемчуг, рубины, сапфиры, золото.

Разнообразный гардероб гламурной леди в различные периоды может изменяться, но постоянными остаются несколько вещей. Это, в первую очередь, обувь на высоких каблуках. Сапожки, босоножки, туфли - все исключительно на высоком каблуке и, в соответствии с тенденциями сезона, на крупной платформе. Предпочитающих гламурный стиль в одежде несколько не волнует погода, так как они не привыкли ходить пешком, они либо сами водят автомобили, либо их в них возят. Поэтому для почитателей гламура вполне естественно появиться, в открытых туфельках на каблуках, в мороз под 30 градусов.

Так же, в стиле гламур предполагается ношение обтягивающих узких джинсов, у которых занижена талия. Цвет может быть абсолютно любым, однако предпочитают более светлые тона: светло-серый, белый, голубой. Но, важную роль играют не сами джинсы, а пояс, якобы поддерживающий эти джинсы. В действительности, его используют там только для красоты. Он обязательно должен соответствовать гламурному стилю, то есть, во-первых, пояс должен быть от знаменитого дизайнера, во-вторых, он должен сверкать. Чем больше светящихся и переливающихся стразов, тем больше это приветствуется.

Еще одним из любимых видов одежды девушек, предпочитающих стиль гламур, можно назвать всевозможные майки и топы. Чем меньше материала потрачено на пошив маечек, тем лучше. Верх одежды должен обнажать область декольте, спину или плечи. Это придает девушке особую сексуальность.

Стиль гламур равным образом предполагает ношение открытых платьев и коротких юбок. Юбка или платье должны быть довольно короткими, чтобы можно было продемонстрировать стройные ноги поклонниц гламура. В основном, в стиле гламур используются яркие цвета, но самым изысканным и любимым остается розовый, который и по сей день не теряет свою позицию.

Но самой главной отличительной чертой стиля гламур, все же, можно назвать блеск. Чем больше на одежде блестящих деталей, тем более «гламурнее» она будет считаться. Огромное количество металлических сверкающих деталей и стразов - первый признак гламурности.

Теперь под винтажем подразумевают раритет в мире моды и стиля. Этот термин стали употреблять в конце XX века для обозначения тенденции в моде, связанной с использованием костюма предшествующих лет. Строго говоря, **стиля «винтаж» в одежде не существовало никогда!** Этот термин был применен в отношении к вещам в начале 90-х, когда модники додумались разыскать и надеть вещи, возраст которых насчитывал несколько десятилетий. Стиль винтаж стал популярен в 1990-е годы, а в 2000-х набирал свои обороты когда модники Англии, Франции и Америки начали появляться на светских вечерах в таких нарядах. Винтажный стиль полюбили носить знаменитости, такие как Джулия Робертс, Дита фон Тиз, Кейт Мосс, Хлое Севиньи. Позже подобные изыски стали появляться в модных журналах. Ну а теперь этот стиль повсеместен.

Винтаж - стилизованное направление в моде, особенно в одежде и предметах домашнего обихода, которые ориентируются на возрождении модных направлений прошлых лет. То есть винтаж бывает в одежде и в интерьере.

Винтаж в одежде — это проверенный временем стиль, несущий отпечаток того или иного периода, к которому относится определенная вещь.

На практике винтажный стиль в моде предполагает, что его последователи одеваются в оригинальную одежду определенной модной эпохи, стараясь полностью соответствовать ее духу.

Подлинный винтаж — одежда, изготовленная настоящими дизайнерами не позднее 1980-х годов. Истинный винтаж - очень дорого стоит. Раритетная одежда от именитых модельеров прошлого – это то, что принято называть подлинным винтажем. Такое дизайнерское ретро могут себе позволить только состоятельные модники: приобрести их можно за кругленькую сумму на аукционных торгах или в салонах коллекционной одежды.

Неовинтаж - понимаются искусственно состаренные изделия, сшитые точно по модным лекалам соответствующего времени. Стиль вещи может не соответствовать определенному временному периоду!

комбинированный винтаж - использование винтажных материалов при изготовлении одежды наряду с современными. Под комбинированным винтажем подразумеваются вещи, при изготовлении которых использовались как современные материалы, так и сохранившаяся подлинная фурнитура, и ткани.

стилизация под винтаж – использование в современных коллекциях силуэтов, рисунков, декора, кроя ретро-одежды. Новые вещи, пошитые в стиле определенного десятилетия – может быть полное копирование, а могут использоваться отдельные узнаваемые черты – покрой, силуэт, принт ткани, отделка и т.д. Современные модельеры несколько вольно интерпретируют винтаж: так, для пошива современной одежды могут взять винтажные ткани, или же при создании новых тканей и материалов могут использовать винтажные рисунки. Конечно, это уже не подлинный винтаж, а **стилизация под него**. Стилизацию под винтаж можно увидеть в коллекциях таких дизайнеров, как Coco Chanel, Christian Dior, Giorgio Armani, Emilio Pucci, Yves Saint-Laurent, Gianni Versace, Paul Poiret, Pierre Cardin, Mariano Fortuny, Elsa Schiaparelli, Madeleine Vionnet, Jeanne Lanvin, Thierry Mugler, Ossie Clark, Biba, Hubert de Givenchy, Vivienne Westwood, Claire McCardell, Cristobal Balenciaga, Mary Quant, Halston, Zandra Rhodes, Dooney & Bourke, and Jean Paul Gaultier.

Пошив из винтажных тканей. Можно шить из них модели по выкройкам того периода, когда выпущена ткань или вещи современного дизайнера.

Понятие **«китч»** (от немецкого Kitsch – халтура, пошлость, безвкусица в литературе и искусстве) было одним из самых любимых критиками XX века. Долгое время в устах эстетствующих интеллектуалов и богемы оно было пренебрежительной оценкой вкусов толпы и окрашивалось исключительно в негативные тона. «Высокое искусство», созданное для элиты, противопоставлялось всему, что предназначалось для массового потребителя. Китч расцвел пышным цветом в буржуазном обществе, породившем массовый рынок, и был ориентирован на вкусы не слишком образованного и разборчивого буржуа, не обремененного знаниями и воспитанием, стремящегося всеми способами продемонстрировать свое богатство. Кульминация господства китча – XIX век, особенно

эпоха Второй империи во Франции (1852-1870гг.), когда огромные состояния быстро сколачивались и легко тратились на вызывающую роскошь. Бесстыдное потребление напоказ смело все прежние нормы вкуса и приличия.

В моде китч занял такое же официальное положение, как и везде в современной культуре. В дизайне одежды элементы китча были характерны для новаторов в моде. Именно так оценивали современники многие идеи Коко Шанель – обилие бижутерии на дневных платьях напоминало в 1920-е годы об увешанных драгоценностями дорогих кокетках, а искусственный жемчуг на твидовых костюмах в 1950-е годы казался неуместно нарядным. И сама «великая мадемуазель» не признавала пластиковые и металлические платья Пако Рабанна, называя его «металлургом». Столь же враждебно К. Шанель относилась к моделям Эльзы Скьяпарелли, открывшей в 1930-е годы новые возможности использования китча в моде. Впрочем, она заимствовала идеи у своего великого друга Сальвадора Дали. Именно он посоветовал ей сделать рисунок на платье в виде гигантского омара и сумку в виде телефона. А Жан Кокто придумал платок в виде упаковки аспирина. Жена Дали Гала носила костюм с карманами в виде губ, которые напоминали знаменитый диванчик Мэй Вест из «сюрреалистического интерьера» Дали (такой диванчик стоял в бутике Скьяпарелли). Многих модели Скьяпарелли шокировали, а «шокинг» было ее любимым словом – свой любимый ярко-розовый цвет и духи она назвала именно так. Самая экстравагантная идея Сальвадора Дали, которую реализовала Скьяпарелли – шляпка в виде туфли цвета «розовый шокинг». В этой шляпке были и ирония над жертвами моды, и самоирония, и эротический подтекст. Скьяпарелли пропагандировала несерьезное отношение к моде и играла со стереотипами, понимая, что одежда уже не может быть просто одеждой, она должна иметь множество смыслов, вызывать иронию или шок, развлекать и интриговать – все это должна «уметь», по мнению дизайнеров, современная вещь. Такую шляпку ни за что не надела бы элегантная графиня де Греффуль, клиентка Жан-Филиппа Ворта на рубеже XIX-XX веков, которая считалась самой элегантной женщиной эпохи.

В конце века в мировой моде обозначилось то, что можно уже определить как «элитарный китч», например, творчество Дж.Гальяно. Он в своих последних коллекциях использовал приемы сюрреализма, этнические мотивы, стиль панков, но сложность этих комбинаций и ассоциаций, своеобразная зашифрованность, делает эти модели не совсем понятными для массового потребителя. А простота восприятия была главной приметой китча. Таким образом, китч таит в себе еще нераскрытые возможности и огромный творческий потенциал.

1.18. Инновации в моде

История появления новых видов одежды. Использование новых технологий и материалов. Новые образы в современных коллекциях.

Инновации в моде

Термин «инновация» лет 10-12 назад употребляли лишь исследователи-экономисты, занимающиеся проблемами научно-технического прогресса. Сегодня понятие «инновация» используется более широко, оно стало просто модным. Однако, несмотря на распространенность термина, общего определения на сегодняшний день нет.

Инновация (Новый энциклопедический словарь, 2004) – (линг.), то же, что *новообразование*.

Новообразование (Современный энциклопедический словарь, 1987) – (инновация) (линг.) – новое явление в языке..., возникшее в более позднюю эпоху его развития. Только в последнее время появилось несколько определений, близких по смыслу, но отличающихся своими «оттенками»:

- процесс улучшения путем внесения каких-либо новшеств;
- акт введения чего-либо нового: что-то вновь введенное;
- новая идея, метод или устройство;
- успешное использование новых идей;
- изменение, которое создает новые аспекты в деятельности;
- творческая идея, которая была осуществлена;
- нововведение, преобразование в экономической, технической, социальной, педагогической и других областях, связанное с новыми идеями, изобретениями, открытиями.

Синонимами понятия «*инновация*» являются слова «новшество», «открытие», «изобретение». И хотя они отличаются по смыслу, в любом случае, все эти понятия связаны с результатом – творческой деятельности, креативностью. Вместе с тем, по мнению специалистов, если креативность подразумевает выдвижение новых идей, то отличительным признаком инновации является воплощение её на практике. Заслуживает внимания соотношение понятий «инновация» и «улучшение».

В творческом процессе можно выделить три основных этапа: 1) замысел – появление самой идеи; 2) превращение идеи в план работы; 3) реализацию плана работы, т.е. воплощение идеи в материальную форму (вещь).

Эти этапы носят условный характер, так как в творческой деятельности человека жесткого закрепления последовательности этапов нет. Каждый этап – это целостный элемент системы, но в то же время он связан с другими элементами и постоянно проникает в эти другие этапы творческого процесса. Каждому доступна возможность проявить себя в творчестве. Подавляющее количество дизайнеров являются восприимчивыми людьми и поэтому получение «творческого импульса» возможно от любого предмета, явления из различных сфер.

Но так как дизайнер в большей степени соприкасается со сферой искусства, то нередко вдохновение приходит именно от этого источника.

В современной жизни искусство играет значимую роль. Литературные произведения, живопись, кинематограф являются доступными для каждого человека.

Когда речь идет об инновациях в сферах, имеющих очень близкое отношение к искусству, очень сложно определить, что является ростками новых технологий, а что – эпатажной выходкой дизайнера. Некоторые изобретения, появившиеся более 5 лет назад, еще до сих пор считаются новинками, а некоторые, идут параллельно с технологичными изобретениями в других сферах рынка, как правило – технологичных.

В fashion индустрии модельеры вдохновлённые искусством, переносят то или иное произведение на свою коллекцию. Модельер может вдохновиться картиной и использовать разные варианты отображения её в своей коллекции: перенести её как принт; использовать образ, созданный в произведении, стилизуя и дополняя его; использовать лишь ощущение от произведения и создавать коллекцию через призму своего видения.

Ярким примером взаимовлияния искусства и моделирования одежды является творчество испанского дизайнера Мариано Фортуни-и-Мадрасо.

Сегодня одни смекалистые дизайнеры создают текстиль, который отзывается на любые изменения настроения, другие обращают в невидимок целые армии при помощи зеркального камуфляжа. **При помощи беспроводных технологий и био — сенсорных датчиков**, а также мобильных девайсов, встроенных в ткань, «умная» одежда способна передать, а главное облегчить ваше **физическое и эмоциональное состояние**. Специальные датчики записывают показатели вашего состояния на данный момент, и передают их через интернет в специальный центр. **После обработки вам возвращается целый ряд посланий в виде, песен, текста, видео или фотографий.**

Песни вы сможете прослушать через встроенные в рукав! динамики, текст можно прочесть на светодиодной панели, а записывать и хранить все это вы можете в специальных мобильных девайсах.

В 2006 году Иссей Мияке (Issey Miyake) был награжден «Kyoto Prize» за «Инновационные методы создания одежды путем сочетания Восточной и Западной культуры и применения передовых технологий в области искусства и философии». Эта награда очень точно определяет фирменный стиль и жизненную позицию этого дизайнера.

Он не раз признавался, что не любит западный крой и на протяжении многих лет находит вдохновение в японском национальном костюме. Многослойность, свободный фасон, геометричность, отсутствие застежек... Он предпочитает создавать шедевры из одного куска ткани, показывая этим высокое мастерство закройщика.

1.19. Дома Высокой моды и модное дефиле

Модная индустрия. Продвижение модной одежды. Коллекции Домов высокой моды: Haute couture, pret-a-porter (Ready-to-wear), Cruise (Resort), Pre-fall. Модные показы.

Коллекции Домов высокой моды.

Haute couture. В российской прессе и вообще в быту выражение «от кутюр» может означать что угодно, от коллекций известных дизайнеров *pret-a-porte* (сшитых по стандартным лекалам на продажу), пусть даже ограниченным тиражом, до блестящей одежды для домашних питомцев, сшитой на заказ. На самом деле, *Haute couture* — прерогатива только Франции. Вещь «от кутюр» может быть только в одном экземпляре, шьется она строго индивидуально и мастером, который имеет законное право называться *кутюрье*.

В Париже в 1968 году был основан Синдикат Высокой Моды, и только в этом городе проходят недели высокой моды. Постоянными членами этого Синдиката являются французские дома моды, и они должны отвечать определенным требованиям. Иностранные дома, даже такие, как Valentino, Elie Saab, Giorgio Armani, Maison Martin Margiela штаб-квартиры которых находятся за пределами Парижа, могут быть только членами-корреспондентами. Русский модельер В. Юдашкин - единственный из российских дизайнеров может по праву называться кутюрье, так как тоже входит в число членов-корреспондентов Синдиката. Есть также целый ряд модных Домов – приглашенных членов, которые могут со временем быть приняты в Палату. Коллекции *Haute couture* демонстрируются в Париже во время Недель высокой моды два раза в год.

Первым кутюрье во Франции, да и во всей Европе, в современном понимании слова стал Чарльз Фредерик Ворт, англичанин. Он в 1858 году открыл свой дом в Париже. Ворт первым стал использовать живых моделей для демонстрации одежды. До этого портные присылали заказчикам тряпичную куклу, одетую в так называемую демоверсию наряда. Именно этот человек стал «придумывать» моду, до этого ее диктовали сами аристократы своим портным. Своим успехом Чарльз Ворт во многом обязан покровительствующей ему императрице Евгении - это были времена возрождения монархии во Франции. За свои бальные платья Чарльз Ворт брал баснословные деньги, и, естественно, пользоваться его услугами могла только высшая аристократия. Примеру Ворты последовали другие, и к началу XX века в Париже уже было 20 Домов мод.

В 1913 году была подписана доверенность, запрещающая копирование моделей. В это же время швейное дело было объявлено самостоятельной профессией. Поначалу вся мода была «высокой». На изготовление одного платья могло уйти до 150 часов. Если для наряда требовались кружева или шитье, то за дело брались специальные ателье, чьи традиции насчитывали столетия. Так же дела обстоят и сегодня. Позволить себе сшить платье у кутюрье могли, как и сейчас, только очень богатые люди.

После второй мировой войны стремясь вернуть Парижу довоенный статус столицы от кутюр, Синдикат высокой моды в 1945-1946 годах проводит выездные показы. В показах участвовали известные дома мод, представившие коллекции одежды для каркасных кукол высотой 68,5 см, с гипсовыми головками работы Элианы Бонабель. В создании декораций принимали участие Кристиан Бера (1902-1949) и Жан Кокто.

После того как благодаря Диору стиль «*ню-лук*» завоевал весь мир, Париж вернул себе едва не утраченные позиции. К началу 1950-х годов примерно две трети моделей парижской высокой моды копировались производителями готового платья, причем не только во Франции, но и во всем мире. Парижский от кутюр возродился на фоне сокращения количества Домов моды: если в 1946 году в Париже насчитывалось 106 Домов, в 1952-м – 60, а в 1958-м – 36. В 1950-е и 1960-е годы, в «золотой век» высокой моды, сразу после окончания Второй мировой войны в Париже проходило до 100 показов высокой моды в сезон, а количество занятых в этом деле людей превышало 46 000 человек.

Количество домов моды всегда колеблется в зависимости от мировых кризисов, но в первой половине XX века их было больше всего, к его середине количество домов достигло своего пика, их было около 100, а затем оно начало стремительно снижаться. К 1967 году их осталось около 19, столько же их примерно и по сей день.

На количество домов высокой моды повлияла и демократизация общества. На заре становления высокой моды покупателями вещей «от кутюр» были аристократы, их образ жизни был таков, что они не могли себе позволить покупать вещи в магазине готового платья. Затем, когда появились американские миллионеры, заработавшие состояние, например, в Силиконовой долине, количество заказов у кутюрье резко сократилось. Американцы не понимали, как можно на одежду потратить

столько же денег, сколько стоит хороший спортивный автомобиль. В 1970-х годах, когда Ив Сен-Лоран ввел в моду *прет-а-порте*, многие вообще предсказывали скорый конец высокой моде. Но она выжила.

С появлением нефтяных магнатов позиции высокой моды сразу укрепились. Эти люди были в основном из ближневосточных стран, а там тяга к роскоши традиционна. Затем появились китайские и индийские богачи. Не последнее место в списке клиентов кутюрье занимают русские олигархи, вернее их женщины. Рассказывают о новой русской клиентке Dior, 17-летней дочери олигарха, купившей сразу 7 нарядов. В 2001 году в Синдикат входили Дома: Balmain, Chanel, Christian Dior, Christian Lacroix, Emanuel Ungaro, Givenchy, Hanae Mori, Jean Louis Scherrer, Jean-Paul Gaultier, Lecoanet Hemant, Louis Feraud, Thierry Mugler, Torrente, Yves Saint Laurent, Viktor & Rolf. Но в июльской неделе высокой моды 2010 г., которая продолжалась всего четыре дня, некоторые из них отказались от участия из-за финансовых проблем. Дело в том, что даже удачные продажи коллекций не могут покрыть всех издержек на их производство, подготовку и участие в неделе высокой моды. Эти затраты могут достигать 100—300 млн. евро. Только дома, имеющие успешную парфюмерную линию, такие, как Chanel, Christian Dior или Givenchy, могут позволить себе регулярно участвовать в показах. 70 % доходов этих компаний как раз приходится на долю парфюмерной продукции. Но старые дома не спешат отказываться от кутюрных коллекций: это давно стало хорошей рекламой остальной продукции брендов – коллекций прет-а-порте, аксессуаров и парфюмерии.

Кроме корифеев – Chanel, Christian Dior, Givenchy и Jean-Paul Gaultier — в парижской неделе высокой моды участвовали и кутюрье-новички — Bouchra Jarrar (Бухра Жаррар), Cliristophe Josse (Кристоф Жосс) и Alexis Mabille (Алексис Мабий), а также иностранцы члены-корреспонденты Синдиката Valentino, Martin Margiela (Мартин Маржела), Armani, Elie Saab. Показы по традиции проходили в самых красивых местах Парижа: в музее Родена, на Вандомской площади, в музее современного искусства — дворце Токио, театре Шайо. Сейчас на планете насчитывается не более 2000 человек, которые заказывают вещи «от кутюр». Количество постоянных клиентов кутюрье не превышает 200 человек. Сегодня общее количество людей, занятых в сфере «от кутюр», не превышает 4 500 человек. У «Шанель» имеется четыре собственных ателье, где работают более 120 человек, а Жан-Поль-Готье располагает 40 парами «маленьких рук», так называют их на профессиональном жаргоне.

Basics. Базовая линия есть у многих марок, например у Max Mara. Она выглядит более сдержанно и практично, по стилистике почти не отличается от основной линии, просто в ней представлены повседневные, универсальные вещи.

Cruise (Resort). Круизные коллекции относятся к разряду межсезонных. Их презентации проходят в мае-июле, а в конце осени они поступают в продажу. Они выпускаются для тех, кто зимой едет в теплые страны и не хочет брать с собой вещи прошлого сезона. Круизные коллекции имеют меньше моделей и внешне напоминают летние – в них всегда есть купальники, вечерние и коктейльные платья, а также кардиганы и теплые вещи. По сезону.

Модные показы. Подиумные показы модных коллекций стали весьма распространены в начале XX века и проводились в Домах высокой моды, дорогих универмагах и на престижных благотворительных мероприятиях в США и Европе. Благодаря демократизации моды при помощи индустрии, освоившей массовое производство модных товаров, и свободному распространению информации об актуальных модных тенденциях такие шоу превратились в сцену для модного представления. Это яркое зрелище способствовало рождению новых имен и марок, пользующихся спросом на протяжении XX столетия и в наши дни. Тяга к экспериментам с идентичностью, характерная для конца XX века, привела к тому, что модные дефиле стали многоплановым перформансом, не только рекламирующим модную продукцию, но и служащим проводником идей. Часто подиум рассматривают в качестве ритуального пространства, где визуально представлены основные действия существующего культурного конфликта в области определения женственности, который затем разрешается благодаря способности дизайнеров создавать элегантность и красоту, используя нетрадиционную смесь тканей, мужских и женских форм и аксессуаров.

Дефиле моды длится 10 минут, а готовится, чуть ли не полгода. Для зрителя дефиле начинается с пригласительного билета. Каких только не бывает экстравагантных «пригласишек»: подушка с меховой оторочкой, рукав, прозрачный пакетик с каким-то сыпучим материалом, фирменная подкова Hermes, садовая перчатка...

Чтобы подогреть ощущение чуда и сенсации, стилисты любят устраивать шоу не просто в салонах и специально оборудованных экспо, а в самых причудливых местах: на подножках старого паровоза, в вагоне метро, на бортике бассейна, среди цветов ботанического сада, на палубе корабля, прямо посреди прохожих на улице...

В помещениях, где переодеваются манекенщицы (back stage) как в «Алисе в стране чудес» – всё вверх ногами: кругом баночки с косметикой, расчески, шпильки, кабели проводки, всюду висят вешалки... Темп современных дефиле такой, что все действительно летит вверх тормашками. Это чтобы усложнить жизнь пиратам. Впрочем, это не может им помешать в век совершенной фотографии и интернета.

Перед показом облик манекенщицы часто меняется до неузнаваемости. Сама одежда часто трансформируется в зависимости от света, его интенсивности, направленности и цвета. Сейчас дизайнеры, разогревая эмоции публики и борясь с теми же пиратами, часто устраивают такие световые шоу, что рассмотреть ничего невозможно. Уровень эффектов сейчас таков, что черное платье в черной комнате можно как полностью спрятать, так и показать не хуже чем на фоне солнечного неба.

Показ мод часто устраивается как спектакль, и сценариям нет числа, например: дефиле – шахматная партия, в котором манекенщицы в нарядах делают ходы по белым и черным клеткам подиума-доски (Frederic Molenac), дефиле-танец, дефиле-борьба и т.д. Иногда обыгрывается какая-то одна выразительная деталь. Например, манекенщицы ходят по мягкому крафту, оставляя сложный перфорированный узор своими каблуками (Martin Margiela). Один и тот же показ выглядит по-разному с разных точек зрения: с боков и с торца «языка».

В течении XX века менялась суть и стилистика показа. В салонах начала века девушки долго крутятся перед клиентками, спускаются по лестнице, демонстрируя, как наряд выглядит в разных ракурсах, снимают пальто и жакеты, выставляя напоказ подкладку и детали. В те времена модельеры явно не опасались плагиаторов и старались, чтобы потенциальные покупательницы лучше рассмотрели товар. В конце 50-х – начале 60-х годов манекенщицы выходили на подиум с табличками, на которых крупно выведен номер наряда, чтобы клиентки haute couture могли записать код приглянувшейся модели в свои блокнотики и потом, во время визита в ателье заказать её. В то время показы в первую очередь устраивались для завсегдатаев модных Домов. Индустрия *pret-a-porter* изменила правила игры. Сейчас дефиле устраивают скорее ради баеров, прессы и PR – шумихи, раскручивающей бренд. Манекенщицы начала прошлого века раскланивались и посылали воздушные поцелуи публике, а современные модели не делают ни одного лишнего движения. Когда модель доходит до конца подиума, она на секунду замирает перед фотографами, потом резко, как часовой у Мавзолея, поворачивает голову по направлению движения и лишь затем разворачивается всем корпусом, продолжая движение. Согласно программе показа выставлены длинные ряды вешалок, на которых в определенном порядке висят вещи – на каждой указано имя манекенщицы и номер ее выхода. Все должно быть четко, чтобы в спешке переодеваний не нарушить логику демонстрации коллекции. Тут же можно увидеть основные композиционные приемы построения дефиле: круг, зигзаг и фриз. Последний – самый распространенный: модели просто скользят друг за другом по подиуму, как скульптуры на карнизе какого-нибудь здания. Показ по кругу впервые устроила Г. Шанель, возможно, этот прием ей подсказала арена цирка. Ну, а зигзаг – это сложное, ломаное движение по подиуму.

В финале дефиле – показ платья невесты и прощальный проход всех манекенщиц, задействованных в спектакле, и выход дизайнера (стилиста). Причем выход стилиста – это ещё одно крошечное шоу внутри дефиле. Все модельеры ведут себя по-разному. Вивьен Вествуд, например, по долгу и явно с удовольствием задерживается на «языке», раскланивается публике, приветствует каких-то знакомых, вступает в теплую и дружескую коммуникацию с залом. А кто-то едва высывает нос из-за кулис и сразу же прячется обратно, так толком и не показавшись публике. Одни

спокойно дефилируют до конца подиума, а другие, как Антонио Маррас, выскакивают на минутку, как чертик из коробочки, и стремительно запрыгивает обратно за занавес, чтобы работать над следующей коллекцией и готовить следующее дефиле, возможно, ещё более зрелищное, чем предыдущее.

Мировой столицей модной индустрии принято считать Париж. Так и есть, романтическая столица Франции стала родиной для классической основы Fashion-мира, создав крепкую платформу для его дальнейшего развития.

Недели мод — наиболее массовые и долгожданные демонстрации коллекций лучшими модельерами мира, которые задают новые тенденции моды будущего сезона. Помимо Парижа они проводятся в Нью-Йорке и Милане. Считается, что такая первая неделя мод прошла не во Франции, а в Америке еще в 1943 году и была организована не для баеров и ценителей модных новинок, а для прессы, поэтому и получила название The Press.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

3 курс, 6 семестр

После изучения лекционного материала по каждому периоду моды XX века проводится практическое занятие с следующим заданием: Выполнить эскизы костюмов этого периода. Разработать ассортиментные серии современной одежды с элементами стиля данного периода.

Тема: Одежда модного периода XX века.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.
2. Выполнить эскизы костюмов этого периода.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить копии 3-х костюмов модного периода в линейной графике с добавлением цвета. Формат А4.

4 курс, 7 семестр, 18 н.

Тема 1: Мода России XX века.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Выполнить эскизы костюмов по российским журналам мод.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить копии 3-х костюмов модного периода в линейной графике с добавлением цвета. Формат А4.

Тема 2: Молодежная мода.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Разработать ассортиментную серию современной одежды с элементами стилей субкультур.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить серию рабочих эскизов в линейной графике с добавлением цвета. Формат А5.

Тема 3: Экологичность в одежде.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Выполнить коллажи экологического направления в дизайне.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить тренд-лист в технике «коллаж». Формат А3.

Тема 4: Российские модные бренды.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Сообщения о известных модных российских фирм (марка, бренд)

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. Подготовить сообщение-презентацию о российском бренде одежды.

Тема 5: Винтаж в одежде.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Выполнить коллажи по теме «винтаж».

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить тренд-лист в технике «коллаж». Формат А3.

Тема 6: Китч в одежде.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
2. Выполнение коллажа на тему «Китч в коллекциях российских дизайнеров».

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. На практических занятиях студенты анализируют основные приметы стиля в одежде и особенности каждого модного периода.

Выполнить тренд-лист в технике «коллаж». Формат А3.

Тема 7: Инновации в одежде.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные приметы стиля и моды в одежде.
- 2 Систематизация известных инноваций в моде по ассортименту.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями.

Подготовить классификацию инноваций в моде в табличной форме.

Тема 8: Сценарий показа коллекции.

Цель: Закрепить знания после изучения лекционного материала.

Содержание:

1. Определить основные формы модных показов.
- 2 Анализ сценария модного показа на примере коллекций дизайнеров.

Методические указания:

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу. На практическом занятии главное – уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями.

Подготовить анализ сценария модного показа на примере коллекций дизайнеров.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов включает освоение теоретического материала, выполнение и завершение творческих заданий, подготовку к зачету.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает работу с учебной литературой, подготовку к занятиям (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме). Самостоятельная работа требует активной мыслительной деятельности и может привести к желаемым результатам лишь при ее правильной организации. Неумение работать самостоятельно является одной из основных причин низкой успеваемости.

Самостоятельная работа состоит из следующих модулей:

- работа над темами для самостоятельного изучения;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к аттестации;
- подготовка к зачету.

При выдаче заданий на самостоятельную работу используется дифференцированный подход к студентам. Перед выполнением студентами самостоятельной внеаудиторной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает: цель задания, его содержание, сроки выполнения, объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта без оценки в 6 семестре и зачета с оценкой в 7 семестре. Студенты сдают зачет с оценкой по утвержденным вопросам, хранящимся на кафедре. Вопросы по курсу доводятся до сведения студентов на последнем занятии. До зачета допускаются студенты, не имеющие задолженностей по практической части курса.

Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой (7 семестр)

1. Понятие моды.
2. Реформы одежды к. XIX – XX в.
3. Стиль «Модерн» и его проявления в одежде.
4. Кумиры моды начала XX века.
5. Влияние «Русских сезонов» С. Дягилева на моду начала XX века.
6. Европейские Дома моды начала XX века.
7. Стиль «Ар-деко» и его проявления в одежде.
8. «Великая депрессия». Основные стили 1930-х годов.
9. Сюрреализм и мода.
10. Основные тенденции военной моды. Французские Дома моды во время войны.
11. К. Диор и стиль «нью-лук».
12. Рождение молодежной культуры. Молодежные субкультуры 1970-х годов.
13. Эпоха постмодернизма. Основные стили и тенденции.
14. Деловые 1980-е. Основные стили и тенденции.
15. Минимализм. Деконструкция.
16. Г. Шанель и ее влияние на мировую моду.
17. П. Пуаре и его творчество.
18. Модельеры России начала XX века.
19. Н. Ламанова и ее роль в российской моде.
20. Винтаж в одежде.
21. Признаки стиля «гламур».
22. Китч в моде. Китч в коллекциях российских дизайнеров.
23. Инновации в моде.
24. Модная индустрия. Продвижение модной одежды.
25. Модные тенденции. Трендовые дизайнеры.

Санатова Светлана Виленовна,
доцент кафедры дизайна АмГУ, член Союза дизайнеров России

История моды XX века: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки
54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма» –
Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017, 40 с.

Усл. печ. л. 3,38.