

Впервые слово «мода» появляется в русском языке при Петре I. Внимание к моде в этот исторический период было не случайным, поскольку смена социально-культурной парадигмы предполагала преобразование на всех уровнях, и прежде всего на уровне визуальном, который эффективнее всего свидетельствовал о совершающихся переменах и утверждал их в качестве нормы. В течение XVIII в. понятие мода в русской культуре существовало наряду со смежным понятием вкуса, причем русские мыслители не видели принципиального отличия между ними, употребляя понятия «мода» и «вкус» как синонимы.

В ходе научной работы проведено исследование технологии и выполнена реконструкция основных формообразующих элементов костюма данной эпохи, – каркасной юбки-панье, корсета. Выполнено изготовление женского ансамбля, аутентичного историческому аналогу по внешнему оформлению, используемым материалам.

Для создания макета панье в качестве прототипа использована традиционная форма 80-х годов XVIII века.

При изготовлении корсета использованы методика конструирования Норы Во и методика «Мюллер и Сын».

При конфекционировании учтены формовочные способности материалов: смесовая ткань с растительным орнаментом полотняного переплетения применена в качестве основного материала, для придания формоустойчивости изделия в качестве прокладочного материала была использована льняная ткань (двунитка). Для придания жесткости конструкции корсета вместо исторических традиционных материалов (китовый ус) были использованы современные полимерные материалы.

Исследование формообразования исторического женского костюма позволяет выявить актуальные приемы кроя, которые можно заимствовать как для создания театрального костюма, так и при разработке моделей повседневной и одежды торжественного назначения. В частности, в проведенном исследовании были рассмотрены вопросы применения приемов исторического кроя при создании формы современного свадебного платья. Выявлено, что объемная форма, характерная для панье, достаточно часто используется в современной свадебной моде. Также в дизайне свадебных платьев зачастую присутствует корсет, напоминающий по покрою исторический.

В продолжение темы исследования формы исторического женского костюма была сделана попытка моделирования современного женского платья с применением формообразования XVIII века, изготовлены макеты трех свадебных ансамблей.

УДК 687.016 : 7.045

## **ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ИДЕИ ДИЗАЙНЕРА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ КОЛЛЕКЦИИ ОДЕЖДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ**

*Полозок М.А., маг., Макарова Т.Л., д. иск., проф.*

*Московский государственный университет дизайна и технологии,  
г. Москва, Российская Федерация*

Мода и социум испокон веков находятся в тесном симбиозе. Настроение общественных масс, войны, события мирового значения – все это отражается на подиумах из сезона в сезон. Но не стоит забывать, что модная индустрия и сама оказывает огромное влияние на людей. Она формирует вкусы общества, создает новые образцы поведения, влияет не только на весь социум в целом, но и на каждого его члена. Сегодня мир моды находится в весьма неоднозначном положении: все «столпы» моды уже созданы, множество идей и источников вдохновения уже переработаны на все лады; если раньше модные тенденции повторялись через несколько лет, то сейчас эти периоды становятся все короче.

В эпоху цифровых технологий наша жизнь находится в тесной связи с компьютером и наша память, восприятие действительности, синтез и переработка идей претерпевают существенные изменения. Потребности большинства населения земного шара упрощаются. Для примера, в прошлом столетии театральные постановки длились более 4 часов, не прерывались на антракт. Сегодня постановки уже не длятся столько времени, так как многие зрители перестают воспринимать происходящее на сцене [1].

Средства масс-медиа становятся агрессивнее, применяя усиленные визуальные и звуковые спецэффекты для достижения своей главной задачи: продать «любой ценой». Все это не обходит стороной и модную «среду». Господствующие на данном этапе капитализм и коммерция заставляют модную индустрию менять свои стандарты и зачастую ставят в приоритет наращивание денежных потоков, не заботясь о качестве преподносимой потребителю идеи. По этой причине довольно часто страдают многие аспекты разработки нового дизайн-продукта, требующие большой трудоемкости исполнения для получения высокого качества изделия. Идеи коллекций упрощаются, проработка источника творчества уже не ведется настолько вдумчиво и кропотливо: на это просто «нет времени» и это «дорого». Конструкция модели, качество отделки также зачастую заметно упрощаются в угоду стоимости и ускоренным срокам производства: страдает вся идея как таковая.

В настоящее время большинство людей перестали глубоко вникать в суть подаваемых им данных, предпочитая так называемый «Junk Food News». Зачастую он представляет собой бесполезную, банальную информацию, которая притягивает своей яркостью, но в итоге искажает восприятие реальности, загружая человека балластным материалом. Мода, являясь важным социальным аспектом для человека, пошла по такому же пути предоставления обществу своеобразного фаст-фуда. И если тенденция к упрощению органи-

но смотрится в круизных показах и *pret-a-porte*, то в коллекциях *Haute couture* есть «предрасположенность» уже не к простоте, а к вульгарности, китчу, теряется сама идея коллекции. Во многих моделях одежды затруднительно проанализировать, как раньше, форму, основные цвета и фактуру [2]. «Спорные» модели существовали всегда, например, в коллекции Ann Sofie Back 2008 года (Рис. 1). Но в XXI веке, наряду с общей тенденцией к упрощению формы во имя комфорта, таких неоднозначных коллекций становится все больше и это дает повод задуматься над актуальной проблемой качества самой дизайнерской идеи [3].

Современная мода началась с высокой моды, которая в 1930-х годах, в момент создания организации *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (одно из учреждений синдиката высокой моды, который занимается организацией показов и выбирает дома мод, которые могут войти в этот синдикат), установила свои правила, после исполнения которых дизайнер мог стать членом этой ассоциации. В ассоциации состояло около десяти домов и несколько приглашенных дизайнеров. При этом *pret-a-porte* насчитывала около 200 марок. Именно из *Haute couture* актуальные модели одежды начинают перерабатываться для коллекций *pret-a-porte*.

Так как искусство костюма является высшей ступенью, одной из граней визуального искусства, перед дизайнерами стоит задача формирования эстетического вкуса людей, создание подлинных шедевров дизайнерской мысли. Но на данный момент происходит подлог ценностей в мире моды: она претерпевает некоторый упадок.

Многие дома мод, понимая, что на данный момент массами управляет маркетинг и коммерчески успешные звезды поп-культуры, обращаются именно к ним, как к наиболее выгодному посреднику в продажах. Некоторые дизайнеры (Рис. 2) весьма отчетливо указали на все более набирающую обороты вульгарность, продемонстрировав при этом, как маркетинг может управлять современной модой и насколько негативно это может сказаться на эстетике всей идеи коллекции [4]. Неоновые расцветки, невообразимые формы и смешение материалов, отсылающих к восьмидесятым годам XX века, весьма спорные по эстетике идеи, – пользуются хорошим спросом у публики.



Рисунок 1 – Коллекция Ann Sofie Back 2008



Рисунок 2 – К. Лагерфельд для показа Chanel 2015

Для выбора гармоничной по фактуре, крою и смысловому значению вещи надо обладать развитым эстетическим вкусом, а чтобы его развить, требуется постоянная работа над собой, совершенствование своих знаний во многих областях искусства и расширение кругозора. У человечества выработался «потребительский» рефлекс, подразумевающий неконтролируемую жажду потребительства, без анализа качества предлагаемой идеи [5].

Люди сами создали себе такие условия, но мода – это не только отражение действительности, но и своеобразный посланник искусства в массы. Забывая про свою первоначальную задачу (в первую очередь, это касается *Haute couture*, которая задает тон всей модной индустрии), дизайнеры, а также модные фирмы в целом, – обесценивают искусство одеваться, искусство создания модной одежды, когда на первом месте у них только быстрая прибыль.

При современной экономической ситуации и темпе жизни многие люди вполне сознательно отдают предпочтение комфорту и простоте кроя, нежели архитектурно сложным моделям, которые являются более «совершенными» и оригинальными. Прошло время, когда высокая мода чувствовала себя свободно, сейчас ей приходится подстраиваться под предпочтения потребителей, сокращать свои расходы на выпуск новых моделей, выбирая как квинтэссенцию коллекции простоту идеи и формы.

Например, в 2014 году Раф Симонс создал для показа Dior «от кутюр» коллекцию, которая состояла из брюк разных цветов, комбинезонов и пальто (Рис. 3). Сама коллекция являлась нетипичной для показов, в которых обычно преобладает сложный крой и большое количество отделки (Рис. 4).



Рисунок 3 – Dior Fall  
2014 Couture



Рисунок 4 – Dior  
2005/06 Couture



Рисунок 5 – MOSCHINO  
2014/15



Рисунок 6 – Christopher  
Kane Resort 2015

На данном этапе модная индустрия, начиная от разработки самой идеи коллекции и заканчивая ее выполнением в материале и презентацией, – впадает в кризис: изменение предпочтений потребителей, даже привилегированного круга, в сторону комфорта и упрощения вынуждает дизайнеров искать новые пути решения поставленной задачи [6]. Складывается впечатление, что, перебирая известные концепции и пытаясь создать новые идеи для будущих коллекций, модельеры впадают в крайности, вынося на подиум и в массы логотипы «Макдональдс» (Рис. 5) [7], включая в коллекции вещи кислотных цветов с кружевом (Рис. 6) и прочие весьма сомнительные идеи, которые безоговорочно и с радостью принимаются публикой [8]. Можно только предполагать, к чему приведет модную индустрию такая политика, когда дизайнеры периодически забывают о возложенной на них задаче создавать гармоничные модели и прививать хороший вкус обществу, а социум становится все менее разборчивым в отношении одежды, которая несет в себе гораздо больше функций, нежели только утилитарную.

#### Список использованных источников

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: ИД Гребенникова, 2003. – 440 с.
2. Макарова Т. Л., Макаров С. Л. Информационно-знаковые системы коллекций женской одежды «прет-а-порте» Дома моды «Мах Мага». – Знание. Понимание. Умение. – 2009. – №1. – С. 87-92.
3. Макарова Т. Л., Макаров С. Л. Разработка базы данных «Мода как процесс формирования информационно-знаковых систем в костюме». – Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2008. – № 2С. – С. 125-128.
4. Эрнер Г. Жертвы моды? Как создают моду, почему ей следуют. – СПб: Издательство И. Лимбаха, 2010. – 272 с.
5. <http://www.wonderzine.com/>
6. <http://www.independent.co.uk/>
7. <http://www.vogue.ru/>
8. Журнал «COLLEZIONI», № 9, сентябрь 2014 г.

УДК 677.024

## СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ ПО МОТИВАМ СЛУЦКИХ ПОЯСОВ

*Полудеткина К.И., студ., Казарновская Г.В., к.т.н., доц.,  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Целью работы является создание коллекции сувенирных изделий по мотивам слуцких поясов, а именно текстильных изделий, производство которых возможно на новом оборудовании РУП «Слуцкие пояса» с соблюдением всех необходимых требований, предъявляемых к сувенирной продукции. Для достижения цели были поставлены и последовательно решены следующие практические задачи.

Во-первых, определить структуру коллекции и объекты для разработки. Авторская коллекция состоит из восьми шарфов. Источник для создания эскизов таких объектов как шарфы, был выбран сложный, так как формы и технологии изготовления источника (пояса) и объекта дизайна (шарфа) идентичны. Если говорить об отличиях, то при одинаковой ширине длина разработанных объектов на 2-3 метра меньше длины источника, что влечет за собой различие в пропорциях формы. Во-вторых, разработать общую концепцию коллекции. Работа дизайнеров по созданию объектов иной формы и назначения по мотивам слуцких поясов в основном носит характер цитирования. То есть, элементы исторического пояса либо просто переносятся на современные предметы, либо из них составляются новые композиции. Такая работа очень нужна для создания современного национального стиля, важными составляющими которого являются бытовые предметы, здания и их оформление, одежда и обувь. Таким образом, нам предстояло решить сложную дизайнерскую