

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ: « Товароведение »

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: «Экспертиза и маркетинг непродовольственных
товаров»

ВЫПУСКНАЯ РАБОТА

ТЕМА: Мода как фактор формирующий качество одежды

РУКОВОДИТЕЛЬ РАБОТЫ: доц.т.э.н.С.И.Абдуллаева

СТУДЕНТ: Муталибова Саадат Махмуд кызы

ГРУППА: 311Р

«Утверждаю»

Заведующий кафедрой: _____ проф.А.П.ГАСАНОВ

« ____ » _____

БАКУ – 2015

Содержание

Введение.....	3
Глава I. Мода как явление культуры	
1.1. Особенности возникновения моды.....	6
1.2. Мода и обычай. Традиции и инновации в моде.....	9
1.3. Мода как знаковая система.....	22
Глава II. Мода в современном социокультурном пространстве	
2.1. Творчество великих модельеров XX века. Тенденции развития современной индустрии моды.....	34
2.2. Стиль и мода. Стилиевые направления в моде история и современность	
2.2.1 Эстетические основания моды.....	34
2.2.2 Ведущие стилиевые направления моды.....	50
2.3. Ведущие стилиевые направления моды.....	66
Выводы.....	77
Список литературы.....	79

Введение

На ранних этапах развития человечества был создан первый покров - одежда или костюм для защиты тела от холода и помощи в борьбе за выживание. Прямыми предшественниками одежды являются татуировка, окраска тела и нанесение на него магических знаков, с помощью которых люди пытались предохранить себя от злых духов, утратить врагов и расположить к себе друзей. Большую роль играли украшения, которые вместе с татуировкой, прической или головным убором нередко составляли весь костюм человека в древности.

В разные эпохи одежда имела свою форму, цвета и влияла на формирование внешнего облика человека. Она указывала на его национальную и социальную принадлежность, имущественное положение, возраст.

Мода как фактор формирующий качество одежды на протяжении XIX-XXI вв. неизменно вызывала интерес как со стороны ученых, так и со стороны простых обывателей. Она неоднократно выступала в качестве объекта исследования многих отраслей знания: философии, социологии, культурологии, психологии, искусствоведения и др. Это связано с неоднозначностью и многогранностью данного явления, оказывающего влияние на многие стороны человеческого бытия.

Мода в качестве проводника между социальными и культурными идеями и повседневностью стала существенным фактором, оказавшим решительное влияние на процессы культурной динамики XX века. Изменчивость и быстротечность этих процессов приводит к необходимости разработки новых стратегий исследования культуры в целом и моды в частности, позволяющих выявлять основные закономерности развития изучаемых феноменов.

В этой связи изучение моды представляется наиболее интересным именно в рамках культурологического и философского знания, обладающих

междисциплинарным статусом, поскольку позволяет проследить как историческую, так и современную динамику культурных процессов.

Современное постиндустриальное общество вступило в фазу нелинейного развития и не является простым продолжением общества индустриального. В свою очередь культура также представляет собой сложную эволюционирующую структуру и предполагает возможность трансформации и структурной перегруппировки элементов, где одним из воплощений трансформации является мода.

В результате смены мировоззренческих установок и традиционных ценностей, происходящих в период постиндустриализма, конструируется новая мода, состояние которой, ее основные признаки, характерные особенности, позволяют говорить о ней, как о системе с элементами самоорганизации. Именно это ее состояние представляет интерес для исследователя.

Сложная природа моды развивалась вместе с динамикой общества, поэтому социальная обусловленность и направленность моды, ее укорененность в социуме неизменно являются актуальной темой для исследования. Экзистенции моды, как правило, выражаются в непрерывных изменениях, ориентации на новизну и неожиданность. В этой связи обостряется проблема личностного выбора в области модных новаций. Нельзя не отметить регулятивное воздействие моды, способной детерминировать сознание человека, что особенно актуально в обществе массового сверхпотребления.

Следует также подчеркнуть исторически обусловленное влияние западноевропейских ценностей на формирование единого мирового модного поля. Именно Западная Европа заложила основу для интернационализации моды. Данное явление, имея несомненные плюсы (возможность любого человека в любое время и в любом месте земного шара присоединиться к единому модному пространству), приобретает и отрицательные черты

например, всемирная экспансия массовой американской культуры). В связи с этим остро встает вопрос об утрате своеобразия культурных традиций разных народов. Поэтому чрезвычайно важным является вопрос о том, в какой форме и каким образом те, кто имеет отношение к модным новациям, оказывают влияние на актуализацию, распространение и функционирование культурных ценностей Запада во всем мире. Несомненную значимость также приобретает рассмотрение преломления тенденций глобализации в сфере моды.

Моду нередко рассматривают как своеобразный и неповторимый элемент культуры, оказывающий на нее свое влияние в виде выработки культурных норм и ценностей. Однако мода последних лет в контексте примененного к ее явлениям постмодернистского дискурса производит впечатление полной дезориентации и потери ценностных ориентиров. Полистилизм, реминисценции к стилям прошлого, компиляция и цитирование - вот характерные черты моды третьего тысячелетия. В связи с этим остро встает вопрос о будущем моды как феномена культуры и фактора формирующего качество одежды

Глава 1. Мода и ее значение в качестве фактора формирующего культуру

1.1. Понятие моды и ее роль в формировании эстетических требований к одежде

В данной работе рассматривается мода не только на одежду или вещное окружение человека, но предпринята попытка понимания моды в более широком контексте, моды как феномена. мода - целостное универсальное культурно-историческое явление, затрагивающее все сферы человеческой деятельности, поэтому, в первую очередь, необходимо проанализировать основные определения и варианты понимания моды и выявить наиболее полно и точно выражающие особенности рассматриваемого феномена в условиях современной социокультурной ситуации. Принимая во внимание сложность рассматриваемого феномена, необходимо также разобраться в особенностях контекстуального употребления понятия «мода» в широком и узком понимании.

Слово "мода" происходит от латинского "modus" (мера, способ, образ, правило, предписание); в свою очередь, латинский вариант - от санскритского madh (мерить, взвешивать). Латинское "modus" использовалось философией XVII - XVIII вв. как преходящее свойство материи (предмета). Поэтому вполне закономерно последующее толкование слова «мода», как «преходящий обычай»¹ в «Большом универсальном словаре XIX века» Пьера Ларусса или «ходящий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и в нарядах» в словаре В.И. Даля. По настоящее время преходящесть, изменчивость, непостоянство моды являются ее основополагающими характеристиками, как на обыденном, так и научном уровне.

В русский язык слово "мода" пришло от французского a la mode или немецкого Mode в XVII веке и при Петре I фиксируется в первых русских

словарях. В это время оно в основном применялось в значениях «образ» или «образец», т.е. устойчивое представление о том, каким должен быть рассматриваемый объект. Как правило, речь шла об одежде. Следует также отметить неразрывную связь, синонимичность употребления с XVII по XIX вв. слова «мода» со словом «обычай». Обычай предшествовал моде и являлся доминирующим социальным механизмом. В различные периоды на протяжении длительного времени в европейском обществе обычай, традиция, ритуал регулировали социальное и духовное бытие человека. «Французский социолог Г.Тард считал обычай и моду основными видами подражания. Если обычай — это подражание предкам, ограниченное рамками своего сообщества, то моды — подражание современникам, носящее «экстерриториальный» характер»³. В дальнейшем американский социолог Г.Блумер проводит четкую границу между модой и обычаем. «Мода существует как некое движение и по этому основанию «отличается от обычая, который по сравнению с ней статичен». В настоящее время, когда мода выделилась в самостоятельное социальное явление, понятия «мода» и «обычай» применяются уже как антонимы.

Первые теоретико-методологические подходы к исследованию моды относятся к XVII в. Первыми свое внимание к зарождающемуся в социально значимом контексте феномену обратили Э.Шефтсбери, Ж.-Ж.Руссо, М.-Ф. Вольтер, Кант и др. Английский философ-моралист Антони Эшли Купер лорд Шефтсбери одним из первых обратил внимание на двойственный характер моды, с одной стороны, выделяя всеобъемлющий деспотичный характер «правильной моды», а с другой стороны, отмечая ее благотворное влияние и именуя модными господами тех, кто от природы или в силу воспитания приобрел «чувство того, что изящно и пристойно по самой своей природе»⁵. Вольтер довольно критично относился к моде: «Не вкус, а скорее прихоть вызвала к жизни все новейшие моды», - пишет он, понимая под прихотью «дурной художественный вкус», который «находит приятность

лишь в изошрённых украшениях и нечувствителен к прекрасной природе». Таким образом, Вольтер отказывает явлениям моды в «красоте простой и естественной». Ж.-Ж.Руссо продолжил линию обоснования и отстаивания «естественного» вкуса, считая, что общество, в котором присутствует тирания мнения и господствует тщеславие «мода заглушает вкус; люди перестают стремиться к тому, что нравится, а лишь к тому, чтобы отличаться от других». В данном описании угадывается важная характеристика зарождающегося феномена — отличаться от других. И.Кант также относится к моде скептически: «Мода, в сущности, не дело вкуса (ведь она может быть в высшей степени противной вкусу), а дело одного лишь тщеславия -принять важный вид — и соперничества, чтобы в этом превзойти друг друга», таким образом, он относит моду «к рубрике тщеславия», отказывая ее целям в наличии внутренних ценностей, и «к рубрике глупости, так как при этом имеется некоторое принуждение — поступать в рабской зависимости исключительно от примера, который дают нам в обществе многие». При этом немецкий философ точно подметил основную черту будущего социального феномена — социальное подражание. В сравнении себя с кем-то более значимым или авторитетным угадывается прототип референтной группы. И.Канту в то же время принадлежит заслуга одного из первых определений моды: «Закон этого подражания — [стремление] казаться не менее значительным, чем другие, и именно в том, при чем не принимается во внимание какая-либо польза, — называется модой». Размышляя о причинах возникновения моды, он пишет о том, что «если игра подражания фиксируется, то подражание становится обычаем, и в этом случае уже не обращают внимания на вкус.

1.2. Инновации в моде как фактор формирующий качество одежды

Развитие, функционирование и смена модных стандартов и объектов происходит следующим образом. Прежде всего следует отметить, и это применительно к одежде справедливо подчеркивают в своем исследовании А. Крёбер и Д. Ричардсон, что многообразные изменения и пертурбации в сфере модных стандартов и объектов не выходят за рамки присущих данной культуре или цивилизации основных образцов, которые можно рассматривать как достаточно стабильные. Многочисленные "моды" чаще всего представляют собой лишь вариации этих основных образцов. Разумеется, основные культурные образцы, сосредоточивающие в себе некоторые обобщенные характеристики культуры в той или иной области, также подвержены изменениям, но подлинно революционные преобразования в основных образцах - явление относительно редкое.

В качестве основных культурных образцов выступают определенные традиции, обычаи, стили, социальные и культурные нормы, ценности и т.д. Например, несмотря на все многообразие и часты смены "мод", европейский костюм на протяжении длительного времени обнаруживает единство стилевых признаков, отличающих его от костюмов других культурных регионов. Вопреки многочисленным, разнообразным и очевидным модификациям автомобиля его базовые стилевые характеристики очень редко подвергаются коренному пересмотру. Но если даже столь очевидно изменчивые изделия, как одежда и автомобиль, обнаруживают стабильность основных своих характеристик, то еще в большей мере это относится к великому множеству других предметов быта.

Таким образом, основные культурные образцы в сфере стандартов и объектов характеризуют еще один (наряду с атрибутивными ценностями) элемент постоянства в моде. Тем не менее, модные стандарты и объекты

воспринимаются как находящиеся в непрерывном движении, изменении, и это отнюдь не оптический обман. Важно выявить реальный смысл и описать регулятивные механизмы смены "мод" в общей системе модной регуляции.

Модное изменение, т.е. изменение в области модных стандартов и объектов, имеет два измерения: инновационное и циклическое. Обратимся вначале к рассмотрению первого из них.

Процесс модной инновации, т.е. процесс внедрения и утверждения нового ("нововведение"), состоит в том, что на смену одним стандартам и объектам ("старомодным", "вышедшим из моды"). Иногда инновация осуществляется только в стандарте, в то время как объект остается прежним. Примером может служить иной способ носить шляпу того же самого фасона. В других случаях, наоборот, стандарт остается тем же, но изменяется объект; это наиболее явный и распространенный вид инновации (например, смена узких брюк на широкие, короткой юбки на длинную). Существует и одновременная инновация в стандартах и объектах. Наконец, модная инновация может состоять в отказе от объекта, когда этот отказ наделяется модными значениями (например, отказ от использования головным убором, зонтиком, веером и т.п.). Можно выделить три способа осуществления модной инновации и соответственно три ее вида. Во-первых, она осуществляется посредством актуализации собственной традиции в определенной культуре или области культуры. Этот вид обозначим как инновацию посредством традиции, несмотря на внешнюю парадоксальность этого выражения. Многообразие культурного наследия обуславливает тот факт, что каждое поколение так или иначе осуществляет в том, что досталось ему по наследству, и в этом смысле выбирает не только свое будущее, но и прошлое. Мода, подобно прожектору, высвечивает в прошлом те или иные культурные образцы, делая их современными и доступными всеобщему вниманию.

Вследствие своей временной удаленности актуализированные традиционные формы могут обозначать ценность современности, иными

словами, могут восприниматься в качестве "новых" с различными положительными ассоциациями ("красивые", "удобные" и т.д.).

Воздействие степени временной удаленности или близости объекта на его восприятие и оценку можно проиллюстрировать следующей, хотя и не строгой, но достаточно показательной схемой английского исследователя истории костюма Д. Лэйвера

Один и тот же костюм будет:

Непристойным - за 10 лет до своего времени

Неприличным - за 5 лет до своего времени

Экстравагантным - за 1 год до своего времени

Изящным - в свое время

Безвкусным - 1 год спустя (после своего времени)

Отвратительным - 10 лет

Забавным - 30 лет

Причудливым - 50 лет

Очаровательным - 70 лет

Романтичным - 100 лет

Прекрасным - 150 лет

Другой путь модной инновации - заимствование из других культур или из других областей культуры (например, заимствование в одежде стилевых особенностей из станковой живописи или архитектуры, перенесение "приборного" стиля из сферы производства в область бытовых изделий и т.д.). Этот вид инновации - инновация посредством заимствования - занимает важное место в изменениях стандартов и объектов в связи с важной ролью универсальности в атрибутивных ценностях моды. Стандарты и объекты в данном случае заимствуются либо непосредственно вместе с их модными значениями (т.е. заимствуются "моды" как таковые), либо затем переосмысливаются в данной культуре или культурной области, наделяются модными значениями, становятся "модами". Примером последнего вида заимствования может служить распространившаяся в западных странах мода

на традиционные русские сапоги для женщин; примером же первого вида заимствования является возвращение этих сапог в Россию уже в качестве модных стандартов.

Очевидно, что оба названных вида инновации являются инновациями лишь в определенном социокультурном контексте; "новое" в них - это новое для конкретных социумов и культур в данный момент времени по отношению к определенным культурным образцам ("старомодным"). Только третий способ и соответствующий вид модной инновации - изобретение - представляет собой инновацию в собственном смысле: внедрение подлинно новых в истории элементов или новых комбинаций старых элементов в сфере стандартов и объектов. Этот вид инновации - явление весьма редкое в структуре моды. Во-первых, сами по себе изобретения в различных областях культуры случаются нечасто. Во-вторых, они далеко не всегда наделяются модными значениями. Иными словами, не всякая инновация становится модной, хотя, разумеется, разного рода изобретения (научные или технические открытия, создание новых материалов, новые явления в формообразовании и т.д.) составляют мощный фактор модных инноваций. Даже научные открытия в области древних культур могут стимулировать модные инновации. Так, знаменитые археологические раскопки гробницы египетского фараона Тутанхамона в 20-х годах существенно повлияли на модные инновации в одежде, украшениях, интерьере в различных странах Европы.

В наше время огромное влияние на модные инновации в области бытовых изделий приобретает технология, в особенности экологически чистая, ресурсо- и энергосберегающая. Возможности технологии существенно расширяют или сужают диапазон возможных дизайнерских решений и творческих поисков. Отсюда и понятие "технологической эстетики" как характерной черты современной модной одежды, предложенное известным специалистом в области дизайна одежды И.А. Андреевой, которая справедливо подчеркнула, что технология сегодня не просто тиражирует, она

сама продолжает "моды" в одежде: "Промышленная технология стала неотъемлемой частью творческого процесса современного художника-модельера и условием, все более обязательным для создания массовой моды".

Параллельно во всем мире возрождается интерес к ручному, ремесленному производству предметов интерьера, одежды, украшений и т.д.

Следует подчеркнуть, что в глазах основной массы участников моды различия между указанными тремя видами инновации не очень существенны в том смысле, что они воспринимаются как одинаково радикальные, независимо от того, насколько "новый" стандарт или объект действительно нов. В чем же здесь дело? Если, как отмечалось, а) за меняющимися стандартами и объектами стоят одни и те же "внутренние" ценности моды, б) изменения стандартов и объектов, как правило, представляют собой лишь вариации основных культурных образцов и не выходят за их рамки и, наконец, в) модные инновации осуществляются чаще всего через посредство традиции и заимствования, то почему мы всегда воспринимаем модные стандарты и объекты как непрерывно и радикально изменяющиеся? В каких отношениях они действительно изменяются непрерывно и радикально?

В процессе функционирования моды собственно модный стандарт (объект) всегда сосуществует с непосредственно предшествующим, "вышедшим из моды". Они сосуществуют реально и одновременно, так как вытеснение одного другим и приобщение различных категорий участников моды к "новомодному" стандарту (объекту) происходит не сразу, не одновременно, а постепенно. Кроме того, образ "старомодного" незримо присутствует в массовом сознании как антипод "модного". Таким образом, "новомодное" и "старомодное" образуют одну систему, функционально обуславливают друг друга. Их следует рассматривать как две части одного регулятивного механизма в области стандартов.

Учитывая это обстоятельство, мы можем теперь сформулировать, в чем состоит основной смысл модных инноваций. Во-первых, социальное

внимание фиксируется и акцентируется на любых изменениях, даже на незначительных нюансах, отличающих "новомодное" от "старомодного", т.е. непосредственно предшествующего. Во-вторых, и это главное, независимо от того, насколько радикальны изменения в стиле, функциях, материале и т.д., с одной стороны, и независимо от реальной временной принадлежности стандартов и объектов - с другой, "новомодное" и "старомодное" резко противопоставляются друг другу во временном отношении: первое помещается в "настоящее", второе - в "прошлое", хотя реально новомодное вполне может быть старше старомодного. Это радикальное ценностно-временное противопоставление оказывает воздействие на восприятие самых различных сторон модных стандартов и объектов, заставляя зачастую переоценивать степень их реальной новизны по отношению к предшествующим.

Указанное противопоставление непосредственно базируется на ценности современности в структуре моды. На ней же основаны и противоположные ценностные установки в отношении помещаемых в разные времена стандартов и объектов. Таким образом, модному сознанию неотъемлемо присущ презентизм в истолковании и оценке культурных образцов: модным в нем признается только то, что модно сейчас.

Сказанное, разумеется, не означает, что модные инновации не могут сопровождаться коренными стилевыми, техническими и прочими инновациями. Последние выступают либо в качестве элементов (третий из выделенных выше видов инновации), либо в качестве факторов изменений в модных стандартах и объектах; в свою очередь, "отбрасывание" различных образцов в "прошлое", присущее собственно модным инновациям, стимулирует реальное изменение этих образцов. Речь идет лишь о том, что модные и немодные инновации взаимно автономны, далеко не всегда совпадают друг с другом во времени и различны по существу.

Модные инновации теснейшим образом связаны с широко известным явлением морального устаревания. В сущности, моральное устаревание в

моды и модная инновация - это две стороны одной медали; до своего физического износа изделия устаревают в неразрывной связи с уже состоявшимися или потенциальными инновациями в модных стандартах и объектах. Следует подчеркнуть, что модное устаревание - лишь одна из разновидностей морального устаревания, которое нередко сопровождает немодные (технические, стилевые и прочие) инновации.

Что касается инноваций в области товаров массового потребления, то определить "реальную" новизну нового товара вообще не так просто, как кажется на первый взгляд. В самом деле, можно ли считать новым изделие, которое отличается от предыдущей модели лишь окраской, размером или стилевым нюансом? Или: является ли новым изделие с новой конструкцией, но с прежними потребительскими свойствами, если потребитель об этой новизне даже не подозревает и никак не ощущает ее в процессе потребления?

Существует немало попыток решения проблемы новизны в общем виде, классификации ее видов и степеней. Американский специалист в области маркетинга Ч. Уоссон в свое время попытался осуществить весьма обширную классификацию видов новизны изделий. В статье, озаглавленной "Что является "новым" в новом продукте?", он подчеркивал, что в любом изделии новое составляет "набор заключенных в нем услуг, воспринимаемых потребителем". Исходя из этого, автор выделил 13 вариантов новизны изделия.

А. Шесть новых характеристик, позитивных в том смысле, что способствуют продвижению изделия на рынке:

новая цена, если она более низкая;

новые условия использования - большее удобство;

новая, более высокая производительность, если в нее верят;

новая (бóльшая) доступность в отношении места и (или) времени года;

статусно-символические возможности;

легкость завоевания доверия к предполагаемым выгодам.

Б. Новые характеристики, замедляющие развитие рынка и затрудняющие продвижение товара:

новые, более сложные методы использования;

непривычные способы использования (необходимость овладения новыми привычками для осуществления процесса);

непривычная польза, ее возможное непонимание;

высокая цена (воображаемая или реальная) возможной ошибки при использовании.

В. Три новых свойства с неопределенными последствиями; их влияние на развитие рынка зависит не только собственно от их сущности, но и от культурного климата в данный момент:

новый внешний вид или иное чувственно воспринимаемое различие (например, стиль или фактура);

различные сопутствующие или предполагаемые услуги;

новый рынок, включая новые каналы продажи.

Четырнадцатую возможную характеристику - новую конструкцию изделия - Ч. Уоссон намеренно опускает, считая ее нейтральной, т.е. не имеющей никакого значения для потребителя, кроме случаев, когда она выражается в названных выше свойствах, воспринимаемых потребителем.

Приведенная классификация получила широкое признание в теории и практике маркетинга. Некоторые выделенные характеристики, по существу, совпадают или перекрывают друг друга (например, 7-я и 8-я), другие, по-видимому, неправомерно относить собственно к изделию (например, 13-ю), но в целом она представляет несомненный интерес, в частности, благодаря своей полноте.

Существуют и другие классификации "новизны". Исследователь дизайна Г.Н. Любимова выделяет четыре степени новизны:

1) новое изделие - формирование новой потребности;

2) новое изделие - становление нового способа удовлетворения потребности;

- 3) обновленное изделие - изменение способа удовлетворения потребности;
- 4) обновленное изделие - усовершенствование способа удовлетворения потребности (модернизация модели изделия) .

В результате много численных дискуссий по вопросу о новизне товаров среди западных специалистов по маркетингу появилось даже предположение вычеркнуть термин "новое" из словаря маркетинга и заменить его каким-нибудь другим, менее туманным термином .

По-видимому, для определения новизны требуется не только уточнить, о каких именно изделиях идет речь, но и выяснить всю совокупность условий создания, продвижения и потребления данного изделия. Во всяком случае, не вызывает сомнений, что существуют различные виды и степени новизны, и единый критерий нового в товарах широкого потребления вряд ли возможен, да и нужен.

Скорость и масштабы массового признания и принятия новых стандартов и объектов весьма различны и, помимо прочего, зависят от некоторых специфических свойств нового, воспринимаемых потребителем. Знание этих свойств может способствовать составлению обоснованных прогнозов в данной области. К числу свойств нового, обуславливающих быстроту и масштабы его распространения, специалисты в проблемной области распространения и принятия инноваций обычно относят следующие:

- 1) относительное экономическое или социальное преимущество;
- 2) совместимость с существующими ценностями и прежним опытом потребителей;
- 3) сложность (или степень) понимания нового;
- 4)"делимость" (возможность испытания нового в ограниченном масштабе);
- 5)"коммуникабельность", т.е. свойства нового, способствующие или препятствующие передаче его оценки другим потребителям.

В различных областях социально-экономической и культурной жизни встречаются иногда такие модные инновации, которые, будучи начисто лишены какой бы то ни было регулярности и постепенности, внезапно

охватывают своим влиянием широкие массы людей и в то же время воспринимаются даже самими участниками моды как странные и диковинные, неизвестно откуда взявшиеся и непонятно почему распространившиеся. Это разного рода массовые увлечения, поветрия, причуды, даже мании. Каждый человек, имеющий за спиной достаточно длинную жизненную дистанцию, может вспомнить по крайней мере несколько таких увлечений на протяжении своей жизни.

Пока какой-нибудь чудак или небольшая группа чудаков предаются своим чудачествам, это никоим образом нельзя считать модой. Но стоит этому явлению быстро распространиться на множество индивидов и групп, стать массовым, как оно становится социальным фактом по имени "модный бум". Суть его состоит в том, что модный стандарт захватывает максимально широкое социальное пространство за необычайно малый промежуток социального времени, вызывая тем самым массовый энтузиазм, а иногда одновременно и растерянность. Бум можно сравнить с ураганом или наводнением. Однако последствия модного бума, к счастью, чаще всего не столь разрушительны, они нередко имеют и созидательное значение. Бум может создавать или усугублять избыток или дефицит товаров, вызывая недовольство одних и удовлетворение других; в случае усиления дефицита довольны, конечно, те, кто на нем "сидит" и его распределяет, а недовольны потребители. Такой же противоречивый эффект модный бум производит и в области культуры: одни воздают ему хвалу, другие предают его анафеме, что, впрочем, ему ни в коей мере не мешает.

Причина возникновения бума может быть чисто случайной, подобно неосторожно брошенной горящей спичке, вызывающей пожар. Но это явление может порождаться и глубокими социальными причинами. В обоих случаях важнейшую роль здесь играет социально-психическое заражение.

С потребительской точки зрения обновление само по себе, конечно, не самоцель и отнюдь не всегда приводит к лучшим результатам. Неоднозначность потребительского эффекта инноваций порождает

неоднозначность в оценках и их самих, и "новизны" как таковой. Несомненно, модные инновации - не только следствие, но и причина совершенствования промышленной технологии, потребительских свойств товаров, оригинальных дизайнерских решений и т.п. Поэтому установка на обновление ассортимента продукции становится постоянным элементом ассортиментной политики тех производителей, которые претендуют на лидерство в производстве той или иной товарной группы. Установка эта выражается главным образом не в радикальных переворотах в ассортименте продукции, дизайне и т.д. (хотя и такое иногда имеет место), а в регулярных, постепенных небольших изменениях, иногда даже иллюзорных, но громко декларируемых. Концепция "моделей года" была перенесена некоторыми фирмами на Западе из области одежды в конструирование автомобилей и ряда других товаров массового потребления. Еще в 20-30-е годы XX века американская компания "Дженерал моторс" в ходе борьбы с компанией "Форд" за рынок автомобилей одержала верх, выдвинув лозунг "Старый образец стоит дешевле, даже если он мало отличается от нового". Известный американский дизайнер Дж. Нельсон обосновывал подобную эксплуатацию "новизны" особенностями американского национального характера: "При нашей любви к изменениям потребители должны получать хотя бы иллюзию их" . Однако время от времени на Западе раздаются голоса возмущения против иррационального культа новизны как таковой. Французский культуролог и литературовед Р. Барт отмечал существование "неомании в современной капиталистической культуре" .

Модные инновации наиболее очевидное явление в моде. Модная инновация, так же как модное устаревание, есть результат противоречия между ценностями моды, с одной стороны, и средствами их обозначения, воплощенными в определенных ("старомодных") стандартах, - с другой. Это противоречие, в свою очередь, вызывается двумя причинами, действующими либо порознь, либо совместно:

1) инновациями в образцах (научными, техническими, стилевыми и т.д.) той или иной области культуры, причем новшества либо сами становятся модными стандартами и объектами, либо стимулируют их создание;

2) знаковым износом модных стандартов и объектов, своеобразным "стиранием" знаков атрибутивных и денотативных ценностей моды: в то время как ценности продолжают функционировать в обществе, "изношенные" стандарты и объекты перестают служить их знаковым выражением.

Отмеченное противоречие порождает функциональную, с точки зрения структуры моды, потребность в замене знаковых средств. Отсюда поиск и отбор иных, "новых" по сравнению с предыдущими, стандартов и объектов, своего рода "модный знаковый спрос".

В то же время существует и встречное движение в направлении удовлетворения потребности в знаковой фиксации модных ценностей со стороны множества разнообразных и соперничающих между собой культурных образцов, еще не ставших модными, но содержащих в себе будущие, потенциальные "моды". В данном случае имеет место "модное знаковое предложение".

Указанное противоречие между знаковыми средствами (стандартами и объектами), с одной стороны, и обозначаемыми ими ценностями моды - с другой, обостряется в двух случаях. Первый - это дефицит предлагаемых модных стандартов, т.е. при наличии модного знакового спроса отсутствие или недостаточность соответствующего предложения. Это ситуация своего рода "знакового голода" в моде. Другой вариант обострения отмеченного противоречия возникает при чрезмерном количестве (чрезмерном по отношению к некоторой нормальной избыточности в предлагаемых культурных образцах, без которой невозможен их выбор, а значит, невозможна и сама мода) и чрезвычайно быстрых темпах модного знакового предложения, когда модные стандарты не успевают фиксироваться,

запечатлеваться в массовом сознании в качестве знаков модных ценностей. Эту ситуацию можно назвать "знаковым пресыщением" в моде.

Если же встреча модных ценностей с новым по сравнению с "износившимся" образцом состоялась, если этому образцу или какому-нибудь его нюансу более или менее повсеместно приписываются модные значения, то мы говорим: "Воцарилась новая мода".

1.3. Мода как знаковая система

Теперь рассмотрим еще одно важное свойство одежды, которое фактически определяет ее способность участвовать в реализации социальных и престижных запросов человека, о том, что она является необычайно емким и выразительным носителем информации.

Каждая вещь, любой предмет одежды, которым пользуются люди, получает свою форму в результате длительного процесса эволюции. В жизни различные виды одежды достаточно прочно закрепляются за определенными категориями людей, становятся признаками, приметам, по которым легко можно классифицировать окружающих и, соответственно, строить свои отношения с ними. Л.В. Петров пишет об этом следующим образом: "В определенном оформлении внешнего облика индивида заключена целая иерархия знаковых систем, которые отражают:

- 1) социальную дифференциацию,
- 2) половую,
- 3) возрастную-групповую,
- 4) эротические характеристики,
- 5) характерологические особенности,
- 6) престижно-статусные и ролевые моменты" .

Понятие "знаковая система", можно сказать, ключевое для современного понимания одежды и моды, выяснения их отношений в прошлом, настоящем и будущем. Само понятие "знаковая система" - из арсенала сравнительно молодой науки - семиотики. Эта наука исследует свойства "знаков" в языке и художественном творчестве. "Знак" - это слово, изображение, предмет, действие, посредством которого некто передает другому определенное сообщение, информацию.

Информация, которую передает одежда с помощью системы знаков, содержит в себе общекультурные, общесоциальные, групповые и

индивидуальные категории. Общесоциальная, общекультурная информация понятна всем, групповая - данной социальной системе, индивидуальная - практически только членам одной группы. Если встретить, например, на улице несколько женщин в сари, то, естественно, можно понять, что это гости из Индии. Но это все, на этом наше знание языка их костюма кончается, мы не сумеем определить из какой области страны эти женщины, богатые ли эти туристки, или делегация прогрессивных учителей, и к каким кастам они относятся. Тем более, не сумеем выделить замужних, вдов и девушек, не поймем, какие черты характера, темперамента, многие другие личные особенности передаются в деталях и нюансах их одежды. В известной пословице говорится: "По платью встречают - по уму провожают". Если мы умеем хорошо читать язык костюма, понимаем содержание каждого "знака" (или хотя бы поставим перед собой эту задачу), то по платью можно будет и "проводить", содержащееся в пословице противопоставление "платье - ум" будет снято, одежда скажет многое и об уме человека и о прочих его личных качествах.

Информативностью костюм обладает во всех своих сущностях - и как произведение, и как собственность, и как форма проведения. Отвечая на вопросы - из чего, где, когда, каким способом изготовлена эта вещь, почему она может принадлежать этому владельцу и почему он сегодня, в данной конкретной ситуации использует именно ее, можно узнать многое - одежда дает весьма развернутую характеристику личности человека, его целей и ценностей, даже обстоятельств его поведения.

Лучше всего это понимают художники театра и кино, создающие костюмные характеристики своих героев, как реалистические, так и фантастические. В хорошей театральной работе - "говорящей", то есть знаковой, становится каждая деталь, каждый штрих костюма. В реалистической картине художники должны взять эти штрихи из жизни, посмотреть, выбрать не случайное, а типичное, позволяющее достичь самой высокой степени обобщения. В работе фантастической или в фантазиях на

исторические темы они уже имеют дело с условностью символов, понятных культуре нашего времени и вызывающих у нас необходимые ассоциации. Об этом очень хорошо рассказывала в своей книге "Костюм для сцены" Р.В. Захаржевская . Вот небольшой отрывок:

"Нет человека на земном шаре, перед которым не возникла бы при упоминании Чарли Чаплина маленькая щупленькая фигурка, утонувшая в огромных штанах и растоптанных, не по росту, больших штиблетах. Котелок, усики и тросточка говорят о преуспевании, но какое мы испытываем грустное разочарование, когда наш взгляд скользит по мешковатому сюртуку и спадающим на ботинки "чужим" штанам! Нет, не удалась жизнь. Так талантливо обыгранные, постоянные по контрасту части одежды создали незабываемы по убедительности и по силе воздействия образ, ставший уже символом не только "маленького человека", но и его исполнителя - Чарльза Спенсера Чаплина".

Так из "знаков" (отдельных элементов) складывается "текст" (общее представление), т.е. фундаментальное понятие современной семиотики. "Понятие текста для семиотики очень важно. Оно не обязательно касается только языковых структур. Всякая знаковая структура, передающая определенное целостное значение, есть текст. Например, ритуал, определенное поведение - это тексты с семиотической точки зрения" . Ансамбль одежды, складывающийся из предметов, имеющих разное значение, да еще отмеченных в свою очередь "знаками" бытия (потертость, следы переделок) в бесконечно варьирующих сочетаниях друг с другом, характерные черты самого владения - это, конечно, текст. Читать эти тексты невероятно увлекательно, особенно если заниматься этим специально.

В качестве "знаковой системы" одежда до того универсальна, что с ее помощью могут решаться задачи прямо противоположные, в зависимости от потребности - передача фактической или ложной информации, например. С помощью одежды бедный пытается казаться богатым, старый - молодым,

слишком юный - более взрослым, развратница - невинной, трус - храбрецом. Одежда, таким образом, - средство социальной и культурной мимикрии.

Некогда существовали специальные законы, или, во всяком случае, общественное мнение, ограничивающее право использования одежды в качестве "лжесвидетельства".

"История костюма, начиная с европейского средневековья по XIX век включительно, полна указов и постановлений, ограничивающих не только количество одежды для того или иного сословия, но длину подолов, длину и форму рукавов, глубину и ширину выреза платья (декольте). Стоимость ткани определяла своих потребителей. Платья из драгоценной венецианской парчи (XV-XVI вв) в Италии разрешалось иметь дожам и их дочерям, тогда как знатным горожанкам полагались только парчовые рукава.

Не только характер ткани, но и рисунки имели свое социальное лицо. Шали были специальных рисунков: купеческие, дворянские, деревенские. Даже носовые платки разделялись по чинам и званиям. Кружевной или тонкого батиста - дворянский, фуляровой или клетчатый - для чиновников, бумажный, цветной - для мещан". Примеров бесконечно много. Вот хотя бы из "Фауста" Гете. "Ей парни разорвут венки", - говорит Маргарите ее приятельница об их общей знакомой, не проявившей достаточной твердости к поклоннику, - общественное мнение не допускало, чтобы утратившая целомудрие до свадьбы венчалась с атрибутами "порядочной". Валентин, попрекая сестру ее падением, предупреждает: "В цепочке ты форсить не станешь", имея ввиду закон, запрещавший публичным женщинам носить золотые украшения .

Человек получил от предков прекрасно разработанную, практически официальную систему "знаковой" одежды, по которой сразу можно было определить и социальное положение, и имущественное, и семейное, и национальность, и прочее. Но сегодня мода так часто утрачивает свой знаковый характер, что нередко затруднительно отличить юношу от девушки, если оба в джинсах да еще с одинаковой прической.

Мы попали в ситуацию, прямо противоположную описанной в самом коротком из "Озорных рассказов" Бальзака, в котором маленькие дети французского короля рассматривают привезенную из Италии картину, изображающую Адама и Еву. Принц спрашивает, кто из них Адам, а кто Ева. Принцесса авторитетно отвечает, что нельзя определить: они не одеты.

За этим примером открывается не только умиляющее взрослых детское "незнание", но и еще весьма существенное для темы нашего разговора положение - одежда (и ее элементы) воспринимается уже не столько как "знак" отличия, свойства, а как само отличие, свойство. Именно этим можно, в частности, объяснить родившийся в моде семидесятых годов XX века стиль "унисекс" - "общий пол" - демонстративно одинаковую одежду юношей и девушек. Это очень характерная черта нашего времени, и будущие историки культуры, возможно, будут придавать ей важное значение, ведь это произошло впервые за все время развития цивилизации.

Мода эта не была и не могла быть случайной, она сама знак того, что деление в одежде на слабый и сильный пол перестало быть существенным, а в отношении с "другими" стали важны профессия, выполняемая работа и многие прочие "ролевые" моменты. Характерно, однако, и то, что была "присвоена" мужская одежда, но никак наоборот. Можно сказать, это - закон, согласно которому только низшее подражает высшему и осваивает, перенимает его. (Граф Толстой сменил свое светское платье на мужицкую рубаху только потому, что для него не было на земле никого выше труженика-земледельца). В истории общества женщина слишком долго была унижена и бесправна, а то, что иной раз рабыня превращалась в самовластного тирана - мадам де Помпадур, например, или Ян Гуй-фэй, дела существенно не меняло. Борьба за женское равноправие, начатое "суфражистками" (от suffrage - избирательное право) сто лет назад, в свою программу действий включала завоевание права на ношение мужского костюма и демонстративное появление в брюках. Для того времени это считалось "крайним нарушением порядка", суфражисток часто арестовывали,

но бывало и хуже: известно несколько случаев, когда взбесившаяся толпа убивала несчастных женщин, осмелившихся присвоить себе знак-символ мужского превосходства.

Гораздо раньше, еще в XV веке, в судебном процессе, приведшем на костер Жанну д'Арк, одним из существенных пунктов обвинения было то, что она, пренебрегая божественным установлением, носила мужскую одежду. Жанна не думала о равенстве, она просто делала мужское дело - воевала с чужеземными захватчиками, и ей необходим был для этого специально приспособленный функциональный костюм, но это само по себе уже рассматривалось как одно из главных преступлений против веры.

Запрет на одежду другого пола был не только законодательным, но и очень глубоким внутренним моральным запретом, половая дифференциация была практически во всей истории абсолютно "священной", и столь же священными были ее знаки, заключенные в костюме.

Вот сцена из одного средневекового романа. Прекрасные и знатные дамы в силу обстоятельств и коварства попали в плен, где вынуждены были исполнять обязанности прачек, и босые на снегу стирали белье. За этим занятием застают их рыцари-избавители (брат и жених). Замерзшим красавицам они очень почтительно, с извинениями осмеливаются предложить свои меховые плащи, на что следует гордый ответ одной из них: "Как жребий мой ни плох, никто не должен видеть меня в мужском уборе" - честь дамы, даже в экстремальной ситуации, не позволяла ей согреться мужским плащом.

Еще интереснее, что этот запрет проявляется и в наши дни, порой весьма неожиданно. Художникам-модельерам часто приходится работать с самыми маленькими детьми, трех лет. Иногда надо сделать примерку или показать на совете какую-нибудь одежду для мальчика, а привели только маленькую манекенщицу. Так вот, если она услышит, что "пальто для мальчика" - часто начинаются слезы, "я девочка!" - кричит малышка и ни за что не желает одевать модель, а надеть на мальчика что-нибудь "девочкино" нечего и

пытаться. Этот страх малышей перед нарушениями идентификации их личностей проходит у девочек пяти-шести лет, но мальчики остаются непреклонны. Это касается не только платья, они могут отказаться от куртки, которая отличается только расположением пуговиц: у женской они, как известно, слева, мужской - справа.

Кстати, происхождение этого условного знака отличия мужской и женской одежды, имеющего немаловажное психологическое значение, достаточно сложно выяснить. Оно никак не может быть "древним", ведь застегивающаяся на пуговицы одежда получила широкое распространение только в конце XIX века, а на изображениях XVII века мужские жилеты и кафтаны иной раз застегнуты на левую сторону. Тем не менее магия этого чисто формального различия имеет власть и над современным человеком.

Только понимая, насколько глубока традиция одежды как знака половой дифференциации, мы можем понять бурю страстей и протестов, какую в самое недавнее время вызывала мода на женские брюки. В противниках говорил инстинкт. Чем сильнее был протест, тем сильнее был и азарт моды. В иные годы женские модели с брюками составляли до семидесяти процентов всех публикаций в журналах, они являлись необходимой частью и вечерних туалетов, и нарядной одежды. Борьба за брюки закончилась полной победой слабого пола. И вот в самое последнее время в моде, вернее, в предложениях модельеров, наметилось явное снижение интереса к завоеванному. Не знаю, как дальше пойдет развитие моды, но страницы модных журналов хорошо иллюстрируют нынешнее настроение многих модниц, в том числе и молодых.

Кроме обозначения половой дифференциации, очень важной в любой культуре была роль одежды в качестве атрибутки семейного и возрастного статуса человека, особенно женщин. Самым недвусмысленным образом выделялись девочки-подростки, находящиеся под запретом проявления брачного интереса, затем девушки-невесты, наряд которых напрямую должен был приглашать соискателей - женихов, и наконец, наряд замужней

женщины как "табу" для посторонних мужчин. У очень многих народов это разделение было связано с прической и головными уборами. У русских замужних крестьянок, носивших по традиции платок, никто и никогда не должен был увидеть даже пряди волос, это было так же стыдно, как если бы ее увидели вовсе голой. До сих пор живет слово - "опростоволоситься", т.е. показаться с непокрытыми волосами, в значении опозориться, попасть в унижительное, смешное положение. Эта норма в отношении причесок во многом общая у славянских народов и народов Азии, и видимо, эта символика относится к индоевропейской древности и к тому же имеет мистический смысл. Вот как, например, об этом говорится в одной из статей по семиотике, где автор разбирает тему на примере большого числа монгольских, среднеазиатских, кавказских и славянских сказок.

"Мотив распущенных женских волос с ярко выраженной функцией эротического знака часто встречается в литературе Востока...

За всем этим стоит ряд представлений, согласно которому заплетение женских волос, связывание и собирание их в прическу - есть знак сдерживания эротической энергии, знак воздержания, в то время как расплетение, распускание и расчесывание символизирует высвобождение этой энергии" [45, с.212].

Как всегда в ходе истории, древние ритуальные и магические действия приобретали характер условного знака, обязательного для употребления в однозначном прочтении, хотя со временем смысл его забывался. От всей сложной системы магических действий, сопровождающих вступление в брак, нам досталось в наследство обручальное кольцо. Обмен кольцами - когда-то часть магического ритуала, в результате которого гарантами взаимных обязательств становились высшие силы. Сейчас это - искусственное дополнение к фиксированию перед законом факта о браке, удостоверяемом личной подписью. Но тем не менее, как "знак", обручальное кольцо очень дорого женщинам. Если замужняя женщина сознательно не носит обручальное кольцо, то это, видимо, свидетельство крайне независимого и

самостоятельного характера. Как видите, знаком может быть не только наличие символической вещи, но и ее отсутствие.

Другая древнейшая и важнейшая роль знаковой одежды - показатель богатства. В свое время одежда была не только знаком, но и самим богатством, имуществом, добычей, военным трофеем, наследством, приданым. Однако по мере того как менялось содержание понятия "богатство", под которым уже подразумевались не сундуки с добром, а средства производства (земля, капитал, предприятия), одежда все больше становилась уже не столько самим имуществом, сколько свидетельством существования невидимого состояния. Главным в системе этих знаков становилось уже не наличие каких-то дорогих вещей, сколько возможность тратить, менять их, транжирить, и это очень интересно и важно. Знаками престижа, богатства становится уже не вещь, а манипуляция с нею, возможность постоянной смены. Каждый следующий туалет должен был отличаться от предыдущего. Естественно, что творческая художественная деятельность в costume искусственно стимулировалась, накапливались изменения, приводившие к все более быстрому моральному старению вполне новых вещей. Тем самым теряли престиж и выводились из привилегированного круга те, кто не мог менять костюмы достаточно часто. Это является еще одной из причин возникновения и функционирования моды.

Одежда всегда была отражением великой драмы "Человек и телец златой". Быть нарядным и часто менять наряды - значило считаться богатым. Жажда "обозначающего" становилась сильнее желания владеть "обозначаемым" - с древнейших времен, как свидетельствует литература, немало состояний было промотано на туалеты. Разорительный характер знака богатства язвительно подметила народная мудрость: "Если барин при цепочке, это значит - без часов". Расточительство в одежде долгое время было обязательной нормой высших социальных групп. А все остальные подражали им по мере возможности. Мудрым головам, лучшим представителям общества, такое

поведение всегда казалось безумным. На поклонников моды, их страсть к роскоши обрушивались самые яростные обличения и красноречивые увещевания. Эффекта они не имели никакого, разве что самый кратковременный. Другого успеха удалось добиться монаху Саванароле, который в своих проповедях с таким пылом обрушился на сограждан - флорентийцев XV века, что сумел убедить их устроить "аутодафе красоты". На площади был разожжен костер, в который верующие бросали свои греховные наряды. В огне погибли, впрочем, не только роскошные одеяния, но и бесценные произведения искусства. В конце прошлого века Ф. Дишер, автор интересной работы "Мода и цинизм", признавал: "Надо быть глупцом, чтобы писать о модах, надеясь хоть сколько-нибудь содействовать исцелению всеобщего безумия" .

В функции знака богатства, его свидетельства - роль одежды в человеческих отношениях становится не слишком привлекательной. Одежда и мода становятся как бы соучастниками преступлений и орудиями творимого "златым тельцом" зла. На счету моды - тщеславие, зависть, подмена истинных человеческих ценностей - ложными, а также бесчисленные страдания тех, чьим трудом оплачивалась вся роскошь, и тех, чьими руками она изготовлялась. "На ваших плечах не рубаха, а голод и пение швей", - сказал Эдуард Багрицкий в "Песне о рубашке". Но, сами по себе, одежда и мода не были злом - они лишь выступали как знак, отражение существовавшего зла. И еще надо сказать, что настоящие шедевры искусства костюма, а значит - таланта и взлета мысли были созданы на этом пути зла. И если над фатой "три сотни фландрских мастериц ослепли" (М. Цветаева), то мы не только восхищаемся этой фатой в музее, но и воспроизводим ее узоры (насколько возможно, конечно) в современных изделиях, получаемых гораздо более гуманным способом. К слову, подлинных шедевров искусства костюма сохранилось немного, но есть богатейшая галерея их "портретов" - во всем мировом изобразительном искусстве. И это бесценное культурное наследие.

Хотелось бы обратить внимание еще на одну мысль.

Отказавшись от традиционной "знаковой" одежды, которая была как бы постоянной характеристикой человека, мы шире, чем когда-либо прежде, пользуемся в наши дни различными униформами. Их множество: школьная, военная, железнодорожная, медицинская, фирменная, одежда официантов, продавцов, служителей культа. Здесь знаковый характер одежды обнажен и открыто демонстративен, но в одних случаях эти знаки временные и "частичные", они обозначают только выполняемые человеком обязанности и служат для удобства общения в данный момент с клиентами (например, костюм официанта), в других случаях форма подразумевает и глубокую внутреннюю перестройку. Как радуются первой школьной форме первоклассники и как ненавидят почти все старшеклассники! Для них борьба с формой, ее отрицание еще совсем недавно было символом и взрослости, и независимости, и выхода из-под контроля ограничивающих норм поведения, важной ступенькой самостоятельности.

Идеальным воплощением одежды, как "знаковой системы", является, безусловно, военная форма. Она передает полностью только необходимую информацию, причем подразумевается, что никакие иные сведения о личности не нужны. Форма помогает освоению роли и подчинению обязанностям, налагаемым ролью. Без формы любая армия сразу же станет ополчением. Там, где для успешного достижения определенных целей люди должны действовать вместе, форма облегчает эту нелегкую задачу.

Если у государства или у правительства возникает задача подчинить человека, превратить его в "винтик", людей неизбежно лишают права на индивидуальные или даже групповые различия в одежде.

Но есть и другое ее назначение. Одежда, существующая для передачи информации другим, не менее важна и как средство убеждения в желаемых представлениях о самом себе у своего владельца. Она не только корректирует поведение окружающих по отношению к человеку, но и его собственное отношение к себе и поведение. Кто из женщин не знает, как мгновенно

исправляет дурное настроение, подавленное состояние духа новое красивое платье?"Ты молода, красива, привлекательна, не хуже других, ты можешь нравиться, тебя ждет праздник", - говорит отражающийся в зеркале костюм.

Превращаясь в знак, символ, одежда помогает человеку "входить в роль". Чем разнообразнее и свободнее выбор ролей, который предлагает наш великий театр жизни, тем разнообразнее, прихотливее и точнее становятся знаки, заключенные в наших одеждах, и тем больше потребность общества в этом "языковом изобилии", в немислимом калейдоскопе форм, красок, образных решений, которые предлагает современная мода человечеству.

формировании качества одежды

2.1. Творчество и судьбы великих модельеров, «королей моды» XX века.

Тенденции развития современной индустрии моды

Из немыслимого катаклизма первой мировой войны Европа вышла неузнаваемой. Изменилось все и, разумеется, одежда. Стремление к большей функциональности, удобству костюма, которое в предвоенные годы с трудом прокладывало себе путь, преодолевая сопротивление традиции "недейственного" костюма высших классов, наконец получило возможность реализоваться в условиях "немыслимого быта". Конечно, о моде во время войны не говорят, ею, кажется, некому и некогда заниматься. Дома моделей покинули Париж или закрылись, бросив своих заказчиц "на произвол судьбы" и тем самым поставив их перед необходимостью самим решать, как приспособить одежду к новым условиям, новому образу жизни. Новым в этом образе жизни было то, что женщинам пришлось занять рабочие места воюющих мужчин, освоить многие мужские профессии. Оказалось, что это вполне по плечу прекрасному полу и что не такой уж он и слабый. Женщины-парижанки не только успешно выполняли самую разнообразную работу, но покинутые своими диктаторами и наставниками, которые столько лет решали, как им надлежит выглядеть, справились с задачей создания принципиально нового стиля одежды со смелостью, достойной удивления. Новый художественный образ костюма был создан коллективно и анонимно.

"Женщины военного периода стремятся сами создать свой облик, отвечающий запросам их времени и жизни. Самыми смелыми были француженки-парижанки, которые отказались от слишком широких одежд предыдущих лет, сделали их еще более короткими, упростили силуэт и остригли волосы. Такой облик женщины был настолько нов и неожидан, что дома моделей, возвратившиеся в Париж после окончания войны, были поражены внешним обликом своих бывших заказчиц" [42, с.167].

Родился образ - "гарсонка" - это и стиль в одежде, и новый тип женщины. Перевести это слово нельзя, так как в русском языке от слова "мальчик" невозможно образовать женский род, "мальчишка", "мальчишечка" - все равно остаются мужской род. Впрочем, придуман довольно точный и остроумный русскоязычный вариант этого слова - "пацанка".

Для понятия сути моды интересно и важно отметить, что она оказывается способной в своем творчестве обойтись без услуг ею же самой созданной профессиональной структуры. При определенных условиях мода реализуется в коллективном творчестве. Нечто подобное было и во время Великой французской революции, когда женщины-патриотки, участницы боев на баррикадах, быстро и минимальными средствами "отредактировали" свой костюм, придав ему новый, убедительно решенный облик. Но в силу дальнейших событий он не оказал влияния на последовавшую смену моды.

Результаты коллективного "модотворчества" во время мировой войны легли в основу послевоенной работы профессионалов. Мужчин реформа костюма почти не коснулась, их одежда в общем-то уже была достаточно приспособлена к формирующемуся стилю социального бытия, не так уж сильно оно для мужчин и изменилось. Возвратившимся к своим обязанностям кутюрье понадобилось всего несколько лет, чтобы окончательно сформировать то, что мы можем уже считать современной одеждой.

Но приспособиться удалось не всем. Великий Поль Пуаре, властитель мира парижской моды, сменивший на этом троне умершего в 1895 году Ворта (Пуаре начал работать в фирме его сыновей-наследников), смелый новатор, точнее всех чувствовавший дух времени, не понял того, что произошло. Его творения оставались столь же прекрасными, совершенными в художественном отношении, но даже богатые женщины носить их уже не хотели, потому что рациональная, практичная одежда, перестав быть вынужденно необходимой, стала модной. Почувствовав прелесть независимости и равенства с мужчинами, женщины немедленно отказались

от мишуры, от райского оперения дорогой птички в клетке. Разорившись, в 1929 году Пуаре закрыл свой дом моделей и, после долгих лет настоящей нищеты, в 1944 году умер всеми забытый в больнице для бедных.

А на небе моды взошли новые звезды. Звезд было много. Из нашего времени уже видно, что самая яркая из них - Габриэль Шанель. Из всех творцов современной моды у нее самая долгая творческая биография. В моде она наша современница, хотя начала работать еще до первой мировой войны. Уже тогда ее туалеты отличались изящной простотой. В 20-х годах Шанель стала одним из ведущих мастеров моды, формировавших образ элегантности наших современниц. Тогда же, в 20-х годах, она создала и всемирно известные духи "Шанель № 5", которые и сейчас остаются символом изысканной женской респектабельности. С легкой руки Шанель многие знаменитые кутюрье создают свои духи, аромат которых неразрывно связан с художественным стилем моделей автора. Производство духов - важный источник доходов многих "больших домов". Эти доходы позволяют содержать весьма дорогостоящие лаборатории моды, в которых необходимы специалисты: конструкторы, портные, манекенщицы самой высокой квалификации, которым приходится много платить. Но, в свою очередь, успех модной коллекции и слава их автора обеспечивают надежную рекламу и соответственно широкую продажу парфюмерии. Такие вот "сообщающиеся сосуды" моды.

Габриэль Шанель всю жизнь считалась элегантнейшей женщиной века. В молодости друзья звали ее Коко ("петушок" - за ее привычку рано вставать), под именем Коко Шанель вошла в мир моды и в ее историю. А в конце творческого пути ее звали "Великая мадемуазель". Замуж Шанель не выходила принципиально. Отказываясь стать герцогиней, сказала, что герцогов много, а Шанель - одна. Когда в автомобильной катастрофе погиб ее друг, Шанель решила, что самые красивые женщины Франции будут носить по нему траур три года - и создала то, что стало называться

"маленькое черное платье", настолько элегантное и женственное, что женщины не только Франции, но и всего мира носили его гораздо дольше.

После второй мировой войны Шанель вместе с другими кутюрье возрождала парижское моделирование. Она нашла одно из самых удачных и долговечных решений современной одежды - то, что вошло в язык и историю мировой моды под названием "костюм Шанель" или "стиль Шанель": узкая прямая юбка полностью прикрывающая колени, прямой жакет, отделанный кантом, блуза из тонкого шелка с воротником-бантом, несколько длинных нитей бус и цепочек, эмалевая камелия. Сезон за сезоном эта тема повторялась и варьировалась в ее коллекциях, почти не меняясь и завораживая своей неисчерпаемостью. Белый, черный, темно-синий, бежевый, золотистый - почти вся палитра ее красок. Кроме костюмов в коллекцию включались легкие пальто того же стиля, маленькие вечерние платья и вечерние туалеты.

"Секрет "матушки Шанель" (как ее называют в Париже), единственной фирмы, сумевшей пережить все перипетии XX века, уцелеть в труднейшей конкурентной борьбе, в том, что она поняла, какой должна быть женщина нашего времени: деловая, независимая и всегда без возраста. И именно поэтому, в какую бы часть света вы не приехали, в какой бы стране не очутились, едва ли не каждая пятая женщина будет одета в костюм стиля Шанель" .

Шанель умерла в семидесятых годах, почитаемая в мире моды как и прежде. И все же в конце жизни она грустно говорила относившемуся к ней с восхищением крупнейшему кутюрье Ив Сен-Лорану: "Что я теперь могу? Разве что сшить приличную черную юбку". Что делать, времена в моде действительно изменились. Но мы вернемся немного назад, к еще более знаменитому мастеру современной моды, имя которого известно и тем, кто совсем не знаком с историей моды, - к Кристиану Диору.

Это имя легендарно, оно почти символ парижской моды. И вот как этот мастер завоевал свою славу. Кончилась вторая мировая война. Развал

промышленности, да и унижение оккупации лишило французскую моду ее международного престижа. Если во время первой мировой войны женщины заняли рабочие места мужчин, то во время второй они стали еще и военнослужащими. Эта новая роль сказалась на облике и "штатских" женщин. Все носили очень высокие подплечики, создававшие мужской силуэт фигуры, широкий ремень, короткие юбки, сумки, наподобие полевых планшетов, в моделях было много военизированных деталей - накладные карманы, кокетки, погончики, обувь "на платформе". Во всем этом было много американского. Вернуть себе роль всемирного законодателя моды стало для Франции жизненной необходимостью.

В 1947 году Диор показал коллекцию, где в поразительном единстве "алгебры и гармонии" изменил сразу все - в его моделях женские фигурки имели хрупкие и покатые плечи, узкие рукава, маленький лиф почти без деталей, плотно облегающий стан, юбку клеш-солнце, широкую и длинную, туфли на среднем каблуке и маленькие головки. Это была сенсация! Пресса окрестила ее "бомбой Диора", а предложенный новый стиль - "NewLook" ("Новый образ"). Сердца всех женщин были завоеваны сразу. Ни один мастер моды не имел после Диора такого непререкаемого авторитета в моде. Каждая коллекция Диора была буквально "обречена на успех". Если в 1947 году в его мастерской было всего 24 человека, то десять лет спустя их было уже около 1200, и дом Диора создавал до 1000 моделей в год.

Позже он написал книгу "Кристиан Диор и я", в которой позволил всем заглянуть в свою творческую мастерскую. Каждый раз после показа очередной сезонной коллекции художник месяц отдыхал и в это время не позволял себе думать о моделях, а затем уезжал "на природу". У него было небольшое имение со старой мельницей, в которой он устроил мастерскую и где оставался около сорока дней, делая ежедневно десятки эскизов. Из этой массы эскизов, отобрав около сотни, художник возвращался в Париж, где начиналась очень быстрая и напряженная работа над вещами - отбор тканей, раскрой и... примерки, примерки. Разумеется, у него были великолепные

закройщики (моделисты) и лучшие в мире портные, все бесконечно преданные, влюбленные в дело и в маэстро. Сложно было, когда из уже готовых моделей начинался отсев, ведь неважно, насколько хороша сама по себе модель, важно, чтобы она работала на главную идею, в коллекции важна прежде всего цельность. Но коллекция пополнялась еще и новыми моделями, эскизы которых художник делал по ходу работы.

Перед показом готовые туалеты должны были в чинном порядке стоять в ателье, одетые на манекены, но трудно было собрать их воедино, потому что каждый исполнитель все норовил утащить "свою" обратно в мастерскую и еще подделать, подутюжить, подышать на нее. Работа над моделями продолжалась до глубокой ночи накануне премьеры. Составлялись сценарии показа, его композиция, последовательность выхода манекенщиц, подбор музыки и пластики движения. Впрочем, в то время театральность имела меньшее значение, чем теперь, это был показ моделей, а не театр моды, показ-спектакль - изобретение следующих лет. Текст для прессы, девизы моделей, ее объяснения, толкования Диор составлял в ночь накануне показа и сам считал, что они случайны - но назавтра "случайное" облетало весь мир и становилось символом новой моды.

Показ готов. Зрителям остается только вдохнуть и замереть при выходе новых моделей - чтобы выдохнуть, когда все будет кончено, и присоединиться к овациям.

Салон у Диора был небольшой. Попасть на первый показ - огромная честь, миллионеры и знаменитости сидели на ступеньках лестницы, толпились в проходах.

Диор умер в 1957 году. Такой славы, как у него, не было уже ни одного модельера мира, а одновременно с Диором работали многие знаменитые мастера: рано умерший Жак Фат, Кристоаль Беленсиага, Мэгги Руф, Карвен, Пьер Бальмен, Лелонг, Ланвен, Живенши и другие. В мастерской Диора начал свой путь наш знаменитый современник Ив Сен-Лоран. Тогда же начал выделяться своей остротой и Пьер Карден.

Стиль одежды был женственный, элегантный, изысканный, комфортный, с оттенком изнеженности, "холеный" и очень разработанный по "ситуативности": были туалеты для первой и второй половины дня, для "файф-о-клок" (чаепития в пять часов), для коктейлей и вернисажей - жизнь богатых женщин оставалась тщательно ритуализированной. Но можно сейчас уже отметить, что при всем многообразии оттенков та мода совершенно не учитывала возраст человека. Ее героиней была красивая, ухоженная, безмятежная, праздная и чувственная светская особа - без возраста.

Описываемый нами период может считаться временем настоящего коллективного безумия - всеобщего увлечения модой, порожденного семью годами вынужденного военного аскетизма. Моды жаждали все, но как эта жажда удовлетворялась? Модная одежда оставалась сугубо индивидуальной, дома "от-кутюр" создавали только уникальные модели. Кроме основных сезонных коллекций делалось еще множество вариантов - для заказчиц, но все - неповторимые. Модели из сезонных коллекций, видимо, вообще не продавались.

"Большие дома" открывали свои филиалы во многих городах Европы. Миллионершам не обязательно было ехать в Париж для пополнения гардероба. У Диора, например, были агентства в Японии, Австралии, не говоря уж о Лондоне и других крупных городах Европы, но это все было, разумеется, для самых обеспеченных.

Менее богатые женщины, но все же состоятельные, копировали эти изделия с помощью своих портных, при этом в модели вносились изменения и дополнения, часто утрировавшие модную идею. Женщины скромного достатка повторяли модные новинки кто как умел, мастерские готового платья выпускали еще более упрощенные копии, только слегка напоминавшие о шедеврах мастеров.

Но как бы безумно дорого не стоили изделия "от-кутюр", "большие дома" все же с большим трудом сводили концы с концами - затраты ведь были

огромные. Особенно стало трудно, когда в ажиотаже вокруг моды наметился спад - от пресыщения. Нужны были принципиально новые решения.

Самым смелым оказался Сен-Лоран, первым из кутюрье решивший начать изготовление изделий малыми сериями и открывший специальный магазин "бутик" по продаже готового платья. Причем этот магазин был на левом берегу Сены, где жила гораздо менее аристократическая публика, собственно, это были уже рабочие кварталы. "Рив гош" - "Левый берег" стало новой социальной ориентацией моды.

Сен-Лоран правильно понял требования времени - расширение круга потребителей высокой моды. Кажется, поступок Лорана сначала был воспринят коллегами чуть ли не как предательство, но позже по этому пути пошло все парижское моделирование. Сейчас все "большие дома" создают к каждому сезону уже не по одной, а по две коллекции, одну, как прежде, - "от-кутюр", вторую - "прет а порте" - платье, "готовое к употреблению". Коллекции "от-кутюр" показывают в августе и феврале, "прет а порте" - в сентябре и марте. Весной показывают одежду для осени и зимы, осенью - весенне-летнюю. В промежутки до начала сезона проводится грандиозная рекламная кампания, и готовые изделия поступают в продажу. Изделия "прет а порте" тоже очень дороги, но намного дешевле "от-кутюр".

Разумеется, и у французской школы моды были соперники. Самые серьезные - в Италии, где система "альта мода" (высокая мода) успешно конкурировала с парижским "от-кутюр". Сохраняли свои позиции и лондонские мастера. Во время войны многие дома моделей эмигрировали в Америку, что позволило создать в Штатах свою базу моделирования. На создание "моды" американцы не претендовали довольно долго и следовали парижским образцам, но в создании современной рабочей и спортивной одежды, благодаря высокому уровню индустриальной технологии, не имели себе равных. Свои претензии заявляла и австрийская мода, у нее были свои достоинства и свой стиль, а производством предметов роскоши Вена славилась испокон веков.

В общем, через двадцать лет после войны сложилась очень цельная, упорядоченная система. Нужно или нет - новые идеи (интересные, качественные) в моде выдаются дважды в год, реклама тотально охватывает всех, кому можно хоть что-нибудь продать, предписывает правила, когда и что носить. Система функционирует безупречно.

Но мода восстает и ломает стройное здание, сложенное в ее честь. В мире рождается "Антимода" - так называли сгоряча это мощное движение. По нашему мнению, это была самая настоящая мода, но вырвавшаяся из под контроля, из той клетки, в которую ее пытались посадить для обеспечения бесперебойной работы бизнеса модных товаров.

Середина шестидесятых годов ("ревущие шестидесятые") отмечена мощной волной студенческого движения, взрывом самосознания молодежи, почувствовавшей себя социальной силой и начавшей борьбу за свои права. Были и политические бунты в университетах, и мощное движение хиппи, охватившее в той или иной форме весь мир. Молодежь протестовала против системы ценностей буржуазного мира, против его лжи и ханжества - и, как необходимейший знак протеста, - понадобилась полная перемена одежды, отказ от всех этих "костюмов для элегантного случая во второй половине дня".

Чего только не вытворяла молодежь в то время со своей одеждой, к великому ужасу респектабельных родителей и прочих столпов общества! Основной одеждой для молодежи обоих полов стали джинсы. Нет, молодежь их не выдумала, она просто использовала давно уже существовавшую дешевую одежду американских сельскохозяйственных рабочих. Подчеркнутая небрежность, всевозможные блузы и свитера, длиннополые пальто и другое барахло с блошинных рынков, меховые жилеты на голое тело, цыганские юбки, длинные нечесанные патлы у парней и девчонок - все ношенное, затертое, в заплатках - веселое, индивидуальное, великолепное.

В общем-то, эстетика этой одежды родилась раньше лет на десять в среде "битников", к которой принадлежали, в первую очередь, художники-

авангардисты, близкие к ним поэты и другие представители богемы. Но это была сначала редкая экзотика. Туристы специально ходили в кафе, где собирались битники, поглазеть на них, как на чудо, чтобы было о чем рассказывать "из дальних странствий возвратясь". Можно, конечно, было сообразить, что творческая молодежь раньше других нащупывает "новые ценности" и находит их отражение в одежде. Но на это как-то не обращали внимания, ведь считалось, что мода - это роскошь и нега, изысканность и... чтобы у каждого одежды было как можно больше. Вот и прозевали настоящую моду.

Разумеется, движение молодежи в шестидесятых не было одной лишь модой, оно было глубоким, искренним - написано об этом немало, еще больше будет написано. Но именно в моде влияние этого социального взрыва было огромным.

Казалось, молодежное движение выдохлось довольно быстро. Часть той молодежи просто погибла в бродячей жизни и от наркотиков, другая вернулась вроде бы по домам, к нормальной работе, учебе, семье. Чуть ли не главный итог тех бурных событий - рождение молодежной моды, которая начинает жить по своим законам и становится составной частью экономики одежды - право на особый стиль завоевано и успешно эксплуатируется. Но... проходит десять лет, и мы констатируем: "героиней моды становится тридцатилетняя женщина... уверенная, самостоятельная, с широким кругом интересов" и т.п. Еще десять лет - "сорокалетняя женщина, она современна, водит машину, занимается спортом, ездит на международные научные конгрессы, знает себе цену, интересна своим богатым и сложным духовным миром..." но ведь это взрослеет все то же поколение! Оно осталось духовным лидером нашего времени.

Только в последнее время в предложениях "больших домов", в журналах намечаются какие-то явно новые задачи, идущие вразрез с концепцией одежды, сформировавшейся в середине шестидесятых - вновь пропагандируется роскошь и изысканность в ущерб комфорту и

практичности, манекенщицы подбираются очень юные, безмятежные и откровенно чувственные.

Двадцать лет работы в одном русле, видимо, накопили достаточно "энтропии", мода стала слишком удобной и доступной, чтобы оставаться Модой. Но вернемся к середине шестидесятых.

Кутюрье бездействовали недолго. Первые молодежные коллекции "больших домов" появились в 1965 году - самым смелым и новым был Андре Курреж (в его творчестве была впервые предложена очень короткая одежда, еще не называвшаяся "мини"), затем Унгаро и уже знаменитый Пьер Карден, они создали так называемый "геометрический стиль". Их коллекции привлекли внимание, вызвали даже бурю негодования в определенной части общества и оказали огромное влияние на дальнейший путь моделирования, но настоящим автором новой моды стала англичанка Мэри Куант. Новая мода родилась в Лондоне - "нескромная мода из Англии", знаменитая "мини-мода", со своей "мини-королевой" Твигги. Остатки этого тотального увлечения мы еще двадцать лет назад "выкорчевывали" в нашей провинции - цепко оно было невероятно.

Профессиональная мода дала свой ответ. Идеи пойманы, потребитель найден, начинается активное удовлетворение спроса, механизм моды заработал на всю катушку. Потертые джинсы стоят дороже новых - новую одежду "старят" особыми приемами. Открывают магазинчики самого экзотического тряпья - очень дорогого, особенно в Лондоне, на знаменитой Карнебери-стрит.

Теперь этот период принадлежит истории костюма, но он очень интересен. Рядом с "мини" появляются "макси", потом "миди", огромное распространение получает "унисекс", новые идеи приходят из рабочей одежды, из фольклора самых экзотических народов, из одежды канадских лесорубов, из крестьянской одежды, из профессионального спорта. Правилom становится одновременное существование нескольких, очень разных по образности стилей одежды; самое фантастическое сочетание в одном

ансамбле отдельных предметов разного стиля - живописно и парадоксально. Впрочем, в этом безумии была своя система.

К середине семидесятых годов сложились новые принципы создания одежды, по которым мы живем и сейчас:

моделирование ориентируется на массовое производство, на охват модой всех потенциальных потребителей с любым уровнем доходов, экономика моды сосредоточена в массовом производстве;

учитывая все возрастные группы, с огромным количеством градаций - младший и старший молодежный, младший и старший средний возраст и т.п., у каждой группы потребителей свой набор принципов одежды, требования к ней, характер ее использования - своя концепция;

мода охватывает весь мир, все страны вносят свой вклад в ее развитие;

гардероб человека складывается из штучных изделий - юбок, блуз, жакетов, курток, брюк, жилетов, их разнообразию уделяется преимущественное внимание. Из этих "блоков" каждый может составлять ансамбль по своему вкусу, что создает возможность личного "сотворчества" в моде;

одежда должна быть многофункциональна, трансформироваться для разного назначения и для разных погодных условий - она становится "межсезонной" и "межситуационной";

огромное значение приобретают дополнения одежды (шарфы, чулки, обувь, головные уборы, перчатки, украшения), манера их использования - важнейший атрибут моды;

резко снижается доля одежды индивидуального производства, самая модная одежда покупается в готовом виде, а не шьется на заказ;

разнообразие готовой одежды так велико, что опасность однообразности людей, одевающихся в магазинах, практически снимается.

В общем, мы так привыкли к этой концепции, что нам уже не видно, насколько она молода, что она - почти полное отрицание традиции и системы

обеспечения одеждой потребителей, существовавших до середины шестидесятых годов.

За последние тридцать лет во всем мире произошло и грандиозное развитие технологии легкой промышленности. Успехи химии, машиностроения сделали ассортимент невероятно богатым, в массовом производстве можно выпускать практически любые изделия любой сложности. Да и в работе мастеров моды появились новые формы - это продажа лицензий на изготовление одежды по их моделям. Для домов моделей это наиболее выгодная работа - она освобождает творцов от необходимости заниматься производством и приносит хороший доход.

Есть другие интересные формы модного бизнеса на уровне хорошей конфекции. Слово "конфекция" в переводе обозначает продукция. Так называют всю одежду массового производства. Существуют сейчас во всем мире известные фирмы готовой одежды, в которых работает всего несколько человек. Владелец такого предприятия, художник-модельер, с несколькими помощниками разрабатывает коллекцию моделей и заключает договор на их поставку в крупные магазины готового платья, в соответствии с заказом закупает ткань и сопутствующие материалы, сам с помощью одного-двух закройщиков производит раскрой и передает крой вместе с комплектующими дополнениями (подклад, пуговицы, отделки) для изготовления по договору одному или нескольким небольшим швейным предприятиям, как правило, где-нибудь в провинции, где труд рабочих стоит дешевле. Готовая продукция отправляется заказчикам.

Очень гибкая и мобильная система, обеспечивающая разнообразие конфекции: один (художник) может не заботиться о производстве, другой (владелец небольшого предприятия) - об идеях и сбыте.

Есть и другие формы сотрудничества - творческие мастерские дизайнеров часто разрабатывают модели по заказам небольших швейных предприятий - ответственность за сбыт в этом случае остается за заказчиками. Интересен опыт и больших швейных предприятий, таких, как известные голландская и

бельгийская фирмы готовой одежды, ведущие крупную международную торговлю. Они производят практичную, высококачественную, современную одежду - пальто, костюмы, плащи. В штате фирмы - высококвалифицированные и высокооплачиваемые конструкторы одежды, их называют "моделистами". А вот штатных художников (стилистов) нет. Это слишком дорого. С художниками работают по разовым договорам, если получается хорошо - договор повторяется несколько раз, если нет - дальнейшего разговора не будет.

Два раза в год, весной и осенью, когда в Париже показывают сезонные коллекции "от-кутюр", один из руководителей фирмы едет в Париж. Там он нанимает на месте нескольких художников, покупает им очень дорогие билеты на просмотры интересующих фирму домов моделей, на которых, разумеется, ни зарисовывать, ни фотографировать нельзя. Сразу после показа, в ближайшем бистро или кафе, художники по памяти делают наброски наиболее характерных новых предложений - силуэт, крой, характер декора. Это, конечно, нелегко - во время показа на сцене сразу несколько демонстраторов, они быстро движутся, все мелькает, один выход сменяет другой - настоящий калейдоскоп - но из впечатлений нескольких художников общую картину можно сложить. Это немножко промышленный шпионаж, впрочем - в пределах закона.

Наниматель забирает наброски, расплачивается и срочно возвращается домой. Приглашенные для разработки коллекции стилисты изучают "горяченькие" парижские зарисовки и разрабатывают серии эскизов - фирма принимает и оплачивает все их. В дальнейшем стилист в работе над коллекцией участия не принимает, а эскизы являются уже полной собственностью фирмы. То есть бизнес скупает идеи и сам решает, как их использовать. Совет руководителей рассматривает эскизы, выбирает кажущиеся перспективными варианты для исполнения в материале и передает их моделистам фирмы. Одновременно решаются вопросы о ткани, цвете, подкладке, фурнитуре, нитках. Моделисты выполняют макеты

моделей из специальных тканей, в их распоряжении макетные материалы, имитирующие свойства любых тканей. Муляжи моделей делаются и с подкладом, и с использованием прикладных материалов, и со всеми строчками, фурнитурой.

Коллекция муляжей рассматривается советом руководителей, отбор моделей, принятие решений - это самый важный, самый ответственный, связанный с риском момент. Каждый отвечает за свое мнение своей репутацией и положением в иерархии руководителей. Только после отбора модели выполняются в материале. Подготовка к их запуску в производство - это уже дело техники, процесс хорошо и надежно отлаженный. Такая своеобразная система работы над ассортиментом позволяет в конце концов делать изделия не ультра-модные, но всегда современные, ту добросовестную классику, которую предпочитает большинство покупателей, в том числе и в нашей стране.

Примерно так, на базе научно-технической и технологической революции, мода становится все более международной и демократичной. За все время своего существования она прежде такой не была.

Эффективно работают несколько международных организаций, координирующих деятельность модной промышленности всего мира. Старейшая из них - Международная ассоциация шерсти - возникла в период всеобщего увлечения новыми синтетическими материалами для сохранения престижа традиционной промышленности. Она объединяет всю цепочку, от австралийских овцеводов до парижских кутюрье и самых дорогих магазинов готового платья. Есть замечательная организация - "система информации стилистов" и многие другие. Именно они разрабатывают теоретические предпосылки изменения моды.

В парижской моде - настоящий интернационал. Появилось много новых домов моделей, во главе которых стоят японские художники - Кендзо, Мияги, немцы - Мюглер, Лагерфельд, выходцы из арабских стран - Алайя, например, Карден - итальянец. Среди лучших манекенщиц - мулатки,

негритянки, китайки. Ежегодно присуждается национальный приз за лучшую коллекцию, наиболее смелую по художественной мысли.

2.2. Эстетические основания моды в проектировании одежды

Этот раздел мы посвятим одежде как одному из видов декоративно-прикладного искусства. Сразу оговоримся, что далеко не всю используемую в быту одежду можно считать искусством. В качестве произведения искусства костюм почти так же сложен, как и в качестве социокультурного явления.

Одетый на фигуру костюм можно рассматривать как своего рода скульптуру - объемную, пространственную композицию, выполненную из специфического материала с использованием характерной для него техники. Любая скульптурная композиция костюма имеет в основе постоянный "модуль" - фигуру человека, с ее выработанными эволюцией пропорциями, соотношениями частей тела и прочими параметрами.

Многие считают, особенно рационально мыслящие философы и моралисты, что идеальный (красивый, разумный) костюм должен быть естественным повторением фигуры, сохранять ее особенности и пропорции. Исторический опыт, однако, свидетельствует, что вкусы потребителей часто были прямо противоположны и под искусством костюма нередко понималось создание искусственной, то есть очень не похожей на свою основу, формы.

До изобретения приемов кроя одежды фигура просто скрывалась под обилием надетых на нее слоев ткани, скульптура была несколько бесформенной, скорее напоминала "глыбу". Настоящее искусство скульптурной работы с костюмом начнется лишь с открытием приемов создания сложных форм, повторяющих или "подправляющих" объемы тела.

Очень интересно, что практически все виды кроя одежды, которыми мы пользуемся сейчас, были изобретены в Европе в XIII - XIV веках, и с тех пор не выдумано ничего принципиально нового, как бы ни были разнообразны изменения моды. До того времени одежда всегда была плоской. Она состояла из полотнищ ткани, соединенных между собой прямыми швами, и объемной становилась только на фигуре за счет драпировок, складок, заломов. Таким сохранился до нашего времени крой - почти всех народных костюмов.

Средневековые европейские портные изобрели вытачки и рельефы и получили возможность сделать лиф одежды очень малообъемным, плотно облегающим фигуру. Затем они изобрели округлую пройму рукава "с окатом" - получили возможность делать одежду с узкими рукавами и при этом сохранять свободу движения. Для еще большей свободы придумали "ластовицу" - клин, который вставляется в под мышку и переходит с лифа на рукав. Ластовица позволила сделать цельнокроеный с облегающим лифом узкий рукав, так же обеспечивающий свободу движения. Изобретение кроя "реглан" - рукава, переходящего в плечо и соединенного с лифом по сложной кривой от горловины к под мышке, не оставило последующим поколениям никакого простора для технического новаторства в верхней части одежды.

Мы и сейчас знаем только три типа кроя: втачной рукав, цельнокроеный с ластовицей (и без ластовицы) и реглан. Все остальное разнообразие - это только варианты. "Последовательность" открытий средневековых мастеров изложена нами совершенно произвольно. Рукав, отдельный от лифа, позволяет иметь сочетание узкого лифа и объемного рукава - вариации этой темы пройдут через все семь последующих веков европейской одежды.

Затем портные догадались в женском платье отрезать юбку от лифа и пришить ее обратно. Это было огромное изобретение, вроде колеса, хотя нам теперь кажется, что ничего проще и быть не может. Изобрели все виды "клеша" - любого количества клиньев, с дополнительными вставными клиньями в нижней части, "солнце" и "полусолнце", клинья сложной конфигурации, а также собранную по талии юбку и все виды складок. Раз уж был найден принцип, позволяющий из деталей кроя создать формы, повторяющие сложную геометрию частей нашего тела, изобрели крой штанов-чулок, абсолютно плотно облегающих ногу. Их кроили из сукна со швом сзади и, используя свойство сукна под действием горячего пара приобретать устойчивые объемные деформации - формировали утюгом. Классические портновские приемы "сутюжки" и "оттяжки" были открыты тогда же. Ими пользуются до настоящего времени, в том числе при

промышленном изготовлении одежды, для чего изобрели всевозможные паровые прессы. Секрет идеальной посадки джинсов как раз в обработке на специальном прессе.

Сложный крой позволил из непластичного плоского материала сшить как бы "вторую кожу". Технически это сложная задача, и в одежде - специфически европейское явление. Вот как написано об этом в нашей наиболее полной "Истории костюма" М.Н. Мерцаловой: "В XIII веке получает значительное развитие крой. Это оказалось возможным потому, что в это время умение строить чертежи (сначала в архитектуре, затем в производстве мебели и доспехов) стало достоянием европейцев и нашло применение в одежде... Человеческое тело - система сложных объемов и, чтобы создать одежду, даже частично повторяющую формы тела, следует "развернуть" эти объемы на плоскости путем построения чертежей. В эпоху средневековья эта задача была решена чисто практическим путем. Тогда были созданы все основные виды покроев, существующие и в наше время" .

Здесь интересно упоминание о доспехах. Люди сначала научились "кроить" металлы, а потом уже ткань, чтобы сделать одежду, удобно помещающуюся внутри панциря и играющую роль заполнителя между телом и металлом. Техническое решение задачи создания "второй кожи" оказалось настолько увлекательным, находки так поразили современников, что стали модой. Одежда, которую носили юноши, становилась все более и более узкой. Выяснилось, однако, что собственная фигура теперь заказчика не слишком устраивала. Чтобы сделать ее более молодецкой и геройской, портные стали прибегать к "толщинкам" - прокладкам и подушечкам из шерсти, с помощью которых можно было расширить грудь, увеличить плечи, а также придать мощные икры худым ногам.

В женской одежде надо было при облегающей одежде, наоборот, кое-что убрать - пышные бюсты тогда отнюдь не считались красивыми, а выступающие животы - тем более, тело под одеждой стали стягивать полотном, которое вскоре превратилось в корсет (многовековую

добровольную пытку европейских женщин), а в наши дни стало тем, что называется предметами женской галантереи - бюстгальтерами, грациями и прочими приспособлениями, собирающими и "подтягивающими" фигуру.

Открыв все технические приемы создания костюма, средневековые мастера открыли и еще нечто большее - свободу творчества в костюме, право на выдумку, расковали фантазию. Портной стал художником, хотя в течение еще добрых семи сотен лет на это звание не претендовал. И с каким же азартом ухватились мастера за реализацию новых возможностей. Недаром иногда считается, что мода, как социокультурное явление, родилась именно в XIII-XIV веках. Этот период обычно характеризуется как "карнавал" моды: такое было изобилие самых неожиданных, причудливых форм одежды. Какой праздник цвета и сколько непосредственной радости открытия, освоения новых возможностей видим мы в готическом костюме. Костюмы любовно и подробно изображались в миниатюрах, живописи, скульптуре той эпохи. При почти условных изображениях лиц костюм всегда очень индивидуален, "портретен".

Интересные свидетельства дает и литература. В "Песне о Ролланде", написанной в X веке, множество описаний великолепия оружия, каждый меч имеет собственное имя (Дюрандаль, Жуайез и так далее), а одежда практически не упоминается, зато в "Песне о Нибелунгах" XIII века герой буквально не может войти в строфу без извещения читателя, что одет он был великолепно и никто не видел платья богаче и красивее. Вся первая часть "Песни", связанная с двумя сватовствами, буквально вращается вокруг описания нарядов. Для читателей упоминание роскошных одежд, наверное, составляло особую прелесть и почти чувственное удовольствие. Это литературное наблюдение приводится здесь в качестве свидетельства огромного роста значения одежды в жизни европейцев к XIII веку - времени формирования моды как социального фактора.

Итак, первое положение нашей темы: костюм - это скульптура, выполненная из ткани (или другого материала) с помощью исторически выработанных приемов кроя и монтажа объемных форм (шитья).

Совершенно естественно, что скульптурная форма костюма создается исключительно ради того, чтобы его владелец смог произвести на окружающих определенное впечатление, например, очень сильного или, наоборот, изысканного, изнеженного, утонченного человека. Эффект достигается цепью ассоциаций, которые форма вызывает у современников (о потомках при этом не думают, но как всякое наследие культуры костюм адресован и им тоже).

Отметим, что все остальные художественные средства создания костюма нацелены на то же - формирование образа путем вызываемых ассоциаций. Ассоциации не слишком сложны и понятны каждому без специальной подготовки - массивная, расширяющаяся книзу или прямоугольная форма воспринимается как свидетельство надежности, устойчивости, прочности; тонкая, узкая, вытянутая вверх - говорит о чем-то "неземном", духовном, утонченном; лаконичная объемная форма - о сдержанности и внутреннем достоинстве; раздробленная - выражает беспокойство, игривость. Сложные переходы форм, контрасты объемного и узкого - признак легкости, "капризности", двусмысленности, перемещение основной массы в верхнюю часть композиции, при легкой опоре, создают ощущение риска - при умелом использовании - волнующе-приятное, при неумелом... При неумелом все вызывает прямо противоположные ассоциации и представления: вместо надежности - тяжесть, вместо возвышенности - неуравновешенность, вместо легкости - несобранность.

Особенностью скульптуры костюма является еще и то, что эта скульптура - подвижна. Бывают, конечно, костюмы (например, испанский XVII века), рассчитанные на то, что идущий человек будет подобен статуе, передвигаемой на колесиках, ни одна складка не шелохнется. Таковы и многие церемониальные одежды. Но, в основном, скульптура костюма

рассчитана на движение, на обогащение разными поворотами тела: одежда может "летать", развеиваться, струиться, ниспадать, колыхаться. В движении костюм превращается как бы в целую серию скульптур, "мультискульптуру". Поэтому каждому типу костюма соответствует и своя излюбленная пластика: характерные позы, походка, наиболее эффективно "подающая" одежду.

Как настоящий скульптор в своей работе должен прежде всего понимать природу материала - глины или дерева, камня или бронзы, так и портной в скульптуре костюма обязан знать свойства материала, ткани или всего, что может ее заменить. Это не так уж много - трикотажное полотно, кожа и мех, натуральные и искусственные да еще некоторые современные нетканые и пленочные материалы. Совсем немного, но благодаря возможности творить, мир тканей превращается в настоящую поэзию.

В практике искусства регулярно сменяют друг друга противоположные школы и методы работы с материалом. В первом случае природные свойства материала предельно выявляются, обыгрываются, произведение как бы им "подчиняется", во втором - материал превращается во что-то совершенно неузнаваемое. Например, можно сделать статуэтку из слоновой кости и раскрасить ее, даже покрыть позолотой, или сделать каменные "кружева", а бронзе придать характер "необработанного" камня.

Так же и с использованием ткани. Легкая, "струющаяся", она может быть использована только для "летающих" драпировок, но натянутая на каркас делается неподвижной. Ткань может быть накрахмалена и тогда станет жесткой, торчащей, образующей "ломкие" складки. Некоторые французские кутюрье в вечерних туалетах жестко аппретированный шифон гофрируют, но часть оставляют гладкой - жесткие грани складок переходят в оборку. По краю еще вшивают толстую леску - удивительной красоты получается эффект. Другие мастера из того же шифона делают мягко задрапированные, пластичные модели, напоминающие об античной скульптуре, - тоже красиво.

Нашему времени, пожалуй, ближе "натуральная" школа, то есть использование естественных свойств тканей, выявление их красоты. Но это

не обязательно. Современное моделирование охотно пользуется практически всеми приемами, накопленными человеческой цивилизацией.

В качестве скульптурного материала у ткани два свойства - ее пластические возможности - жесткость и мягкость, упругость или пластичность, и ее поверхность: фактура, матовость, ворс, блеск, прозрачность, сложная структура переплетений нитей, ажурность. Сочетания объемной формы и фактуры тканей и их бесчисленные "эмоциональные" возможности - "альфа" и "омега" искусства костюма. А сколько таят в себе сочетания фактур материалов. В их контрастах могут быть и драматизм, и неги покоя.

В "костюмосложении" адекватность ткани и формы - закон, от которого нельзя отступать. Новая форма, как правило, входит в моду со своими тканями, при отсутствии которых любая попытка воспроизвести эту форму из суррогатов-заменителей строго наказывается.

Когда-то портной выполнял свою работу от начала до конца, от замысла до последнего стежка. Потом появились подмастерья, которым доверялась основная часть механической работы. В наш век все большего разделения труда, художники, как правило, работают над моделями вместе с конструкторами. На Западе они называются соответственно "стилисты" и "моделисты". Тайной, "искусством" кроя, как правило, по-настоящему владеет именно конструктор-моделист, именно он умеет "вылепить" скульптуру костюма, а затем сделать тот чертеж, выкройку, по которой форма будет безупречно "репродуцироваться", повторятся в десятках или тысячах точных копий. Хороший моделист - главное сокровище моделирующей фирмы, платят им очень много и тщательно прячут от конкурентов, в отличие от "стилистов", имя которых используется в рекламе и всячески пропагандируется.

Модель создается как объемная форма - скульптура, но тем не менее основополагающей характеристикой модной формы считается силуэт - внешний контур, абрис, тень объемной формы. Может быть, это связано с

тем, что информация о модных формах долгое время распространялась издавна в виде плоскостных изображений - гравюр, рисунков, фотографий. Издавна неопытные модники сосредоточивали свое внимание на деталях и отделке и переносили их в свои доморощенные изделия, упуская при этом из виду самое существенное - изменение формы. Разговор о новой моде на практике всегда начинается с характеристики силуэта, к этому термину все привыкли. Происхождение самого термина однако интересно. В истории костюма многие термины связаны с именами конкретных людей. Так же и в данном случае.

Маркиз де Sihlouett был во Франции в середине XVIII века так называемым "контролером финансов" и всеми возможными способами пытался уменьшить государственные расходы. Его экономические потуги повлияли на моду - щеголи, как бы в насмешку, стали носить обуженную одежду без украшений - демонстрировали готовность "экономить на всем". Однажды на маркиза появилась карикатура в виде теневой фигуры, которая так понравилась, что теневые портреты стали очень популярными и стали называться "силуэтами". Зауженную форму одежды без деталей и украшений тоже называли "силуэтом", связь нового термина и новой моды сделала его широко применимым в одежде, сначала в насмешку, потом по привычке. Про маркиза забыли, а его имя осталось в качестве основной определяющей характеристики костюма.

При графическом изображении в модный силуэт вписываются все модели данного периода. Очень долгое время, вплоть до середины XX века, модная одежда была практически одного-единственного силуэта, внутри которого шла разработка композиции из деталей. Наше время гораздо свободнее, почти всегда в моде сохраняются несколько наиболее популярных силуэтов одежды. Обычный набор в современной одежде - прямой, приталенный, полуприлегающий, трапециевидный, овальный силуэты. По этим терминам видно, что главной является степень выраженности талии. Хотя в каждый

период большее предпочтение отдается какому-то одному - он называется ведущим, но остальные тоже не исключаются.

У модной формы всегда слишком много нюансов. Неправду говорят, что новое - это хорошо забытое старое. Модным может стать какой-нибудь один штрих прошлого, тогда мы говорим - "в моде мотивы пятидесятих годов", - но мода не повторяется никогда - из слишком большого числа слагаемых она состоит, слишком многое быстро меняется в жизни, чтобы какая то ни была мода могла вернуться полностью.

Следующее важное понятие в "костюмосложении" - пропорции. Под ними, как правило, подразумевают соотношение горизонтальных членений костюма с естественными членениями фигуры - линии груди, талии, бедер, линия середины колен. В костюме с помощью приемов кроя, или членениями изделия, линии эти могут слегка или существенно сдвигаться вверх или вниз. Передвижение горизонтальной линии вверх (наиболее характерно в готическом женском платье и в женском костюме начала XIX века - стиле "ампир", неизменно ассоциирующемся с Татьяной Лариной и Наташей Ростовской) - легкость, "бесплотность", "духовность". Опускание ее вниз (например, двадцатые годы XX века, стиль "чарльстон") - земное, чувственное начало. В мужской одежде укорочение пиджака вызывает ощущение легкости, легкомыслия, нестабильности; удлинение - консерватизма. Деление верхней и нижней части одежды точно пополам всегда вызывает ощущение неприятной тупости, что, к сожалению, слишком часто встречается в бытовой одежде - сколько женщин носят полукороткие юбки и трикотажные кофты неопределенной длины, как раз пополам делящие одежду.

В восприятии человеком соотношения частей заложено ощущение гармонии и дисгармонии. Еще древние греки открыли (в архитектуре), что наиболее гармоничным, приятным для глаза, создающим впечатление уравновешенности - является соотношение длины диагонали квадрата и его стороны, которое получило название "золотого сечения". Этому правилу учат

всех начинающих художников в курсе общей композиции. Модельеров тоже. Очень часто в понравившейся, привлекательной по пропорциям модели мы находим "золотое сечение".

Если художник хочет сделать модель, сразу привлекающую к себе внимание, он прибегает к приему "отстранения", нарушения привычных пропорций - например, очень длинный жакет и очень короткая юбка, или макси-пальто и мини-платье. Прием "отстранения" работает безотказно, всегда привлекая внимание. В практической работе над моделью к геометрическим расчетам не прибегают, ищут их по "чувству". Чувство пропорции - одно из необходимых качеств художника. К пропорциям относится также соотношение размера деталей (карманов, воротников) и общей массы изделия. Ощущение большой массы может быть подчеркнуто и маленькими (контрастными) и большими (усиливающими) деталями, но каждый раз оно должно быть найденным.

Работа над деталями костюма превращает модельера из скульптора в графика, рисовальщика. В одежде много линий - все они тоже должны быть "найденными", "наполненными", находиться в единственно возможном для них месте, создавать определенный ритм. Особенно важны, например, в современной одежде "обрезка" лацкана, скругление полы пиджака или жакета, здесь рука должна быть твердой, как у резчика гравюры по дереву, чтобы линии были упругими, точными - ни убавить, ни прибавить.

Важнейшее средство в искусстве костюмосложения, самое выразительное, самое прекрасное - это цвет. Модельер становится живописцем. У цвета огромная мила эмоционального воздействия и древнейшая символика, впрочем, у всех народов - разная. По силе воздействия на настроение цвет можно сравнить с музыкой, у них много родственного, недаром так популярна сегодня цветомузыка. Однако природное чувство цвета встречается реже, чем хороший музыкальный слух, и воспитывать, тренировать его труднее.

Чувство цвета - это умение различать больше оттенков каждого цвета, чем умеют другие, способность "видеть" настоящий цвет, а не пользоваться подсказкой опыта, который знает, что трава зеленая, грязь на дороге - серая, а кора у дерева - коричневая. Художник не знает, какого цвета тот или другой предмет, он смотрит, и тогда трава оказывается голубой, песок - ярко-розовым, грязь - золотой, а кора - фиолетовой. Какие-то оттенки цвета или, тем более, сочетания красок сами по себе могут доставлять не всем понятное наслаждение. Не умея объяснить себе его природу, мы говорим - "красиво". Для передачи определенных эмоций, создания особого настроения часто необходимо найти единственно верный цветовой тон. Вспомним как Грэй выбирает оттенок шелка для алых парусов Ассоль.

"На носок сапога Грэй легла пурпурная волна: на его руках и лице блестел розовый отсвет. Роясь в легком сопротивлении шелка, он различал цвета: красный бледный, розовый и розовый темный: густые закипи вишневых, оранжевых и мрачно-рыжих тонов: здесь были оттенки всех сил и значений, различные в своем мнимом родстве, подобно словам: "очаровательно", "прекрасно", "великолепно", "совершенно", в складках таились намеки, недоступные языку зрения, но истинный алый цвет долго не представлялся глазам нашего капитана...

Этот совершенно чистый, как алая утренняя струя, полный благородного веселья и царственности цвет являлся именно тем гордым цветом, какой разыскивал Грэй. В нем не было смешанных оттенков огня, лепестков мака, игры фиолетовых или лиловых намеков: не было также ни синевы, ни тени - ничего, что вызывает сомнения. Он рдел, как улыбка, прелестью духовного отражения".

Именно в цвете одежды чаще всего проявляются отсутствие вкуса, эмоциональная неразвитость. Любимый цвет есть у каждого, даже если человек об этом не знает. При выборе платья ли, ткани ли глаза всегда прежде всего останавливаются на любимом цвете, и за ними протягивается рука - потрогать, вступить с вещью в контакт.

Есть даже особая наука - цветоведение. Это, собственно, наверное, раздел физики, но также и физиологии. Так сильно действующий на нас цвет раскладывается на составляющие, которые можно записать цифрами (и, скажем, передать по телефону). Каждый цвет определяется тремя характеристиками: физическая - длина волны светового излучения, которую человек видит как данный оттенок цвета, светлота - удельная часть белого в данном цвете (точнее, отражаемая часть светового потока) и насыщенность - доля в нем черного - то есть поглощаемая поверхностью часть потока.

"Чистых" цветов всего три - красный, синий и желтый. Это основные цвета. Остальные получаются из их смешения - между красным и желтым - все оттенки оранжевого, между желтым и синим - зеленые, между красным и синим - фиолетовые и пурпурные. Пурпурный цвет особый - его нет в радуге.

Все сотни и тысячи оттенков, которые различает тренированный глаз, получаются из трех основных цветов с помощью светлоты и насыщенности. Коричневые цвета, например, это малонасыщенный красный или желтый, а бежевые - светлые малонасыщенные красные или желтые.

Для цветоведения основополагающим является еще и деление цветов на хроматические (все "цветные") и ахроматические - бесцветные - весь ряд от белого до черного через серые. Примером белого цвета (полное отражение) в цветоведении считается "сернокислый барий в порошке" да еще и при определенных условиях освещения. Снег белым не бывает - он голубой, розовый, какой угодно, бумага - тоже не белая. Пример "черного" (полное "поглощение") - дырка в камеру, обтянутую черным бархатом, просто черный бархат - не черный. Классическая задача для живописца - написать куриное яйцо, лежащее на белой скатерти, - это тест на чувство цвета.

Затем цветоведение делит цвета на "теплые" и "холодные". К теплым относятся красно-желтые, а к холодным - сине-голубые, названные по естественной ассоциации с огнем и водой. Огонь и вода - древний знак антагонизма. Работающий с цветом художник, в том числе и модельер, должен прежде всего прочувствовать свое произведение по "тепло-

холодности", или выдержать его в одной "температуре", или использовать эффект контраста. Но делать это надо умело. Особенно опасны сочетания теплых и холодных оттенков одного цвета.

Вообще-то нет такого сочетания цветов, которое было бы по природе антиэстетичным или, наоборот, давало бы сразу мандат на хороший вкус. У работающего с цветом художника может быть три категории квалификации: элементарная грамотность, свободное творческое владение цветом в рамках культурной традиции и способность на откровение - умение увидеть, найти и ввести в употребление принципиально новые цветовые решения. К модельерам это относится так же, как и ко всем остальным художникам.

Для ориентации в мире красок еще очень важно понятие "дополнительный" цвет. Если к семи цветам радуги добавить пурпурный ("холодный" красный), то образуется "цветовой круг", в котором каждый цвет (кроме основных) будет состоять из определенного соотношения двух соседних с ним цветов. У дополнительных цветов очень интересные свойства - положенные рядом они обладают способностью заметно усиливать ощущение яркости друг друга, яркий цвет обладает способностью вызывать оттенок дополнительного цвета в находящемся рядом с ним нейтральном цвете. Если посмотреть, например, на тень апельсина, лежащего на белой скатерти, - она будет явно синеватой, а тень от ярко-красного яблока - зеленоватой.

Цвет, разумеется, неотделим от фактуры ткани, один и тот же цвет, розовый, например, может быть "пастельным" - светлым, но плотным, или "акварельным" - прозрачным. При обращении с красками это получится в первом случае, если к красной краске добавить белый, а во втором случае - просто развести ее водой. Впечатление же, эмоциональное воздействие будет совсем разное. Один из изумительных приемов композиции костюма - использование тканей одного цвета, но разных фактур. Не менее привлекательно использование так называемой "растяжки" - один цвет, но в нескольких вариантах светлоты и насыщенности. Такие модели производят

очень сильное впечатление гармонии, внутреннего совершенства и богатства цветовой гаммы.

В названиях, которые мы даем цветам, - уже заложена его эмоциональная оценка. Если мы назовем цвет "георгином" - будем считать его благородным, георгины бывают всех цветов (но память все же выберет именно глубокий, темный, холодный красный), а если "вареной свеклой" - цвет покажется нам смешным и вульгарным. Большинство названий цветов - описательного характера, причем в русском языке, как правило, с иностранными корнями: наименование оттенков цвета - дело рук моды-иностранки. Оранжевый - от "оранж" - апельсин, фиолетовый - от "вайолет" - фиалка, лиловый - от "лайлок" - сирень, бордовый - цвет красного вина из города Бордо и т.д., до бесконечности. Находя цветам необычное имя, мода привлекает к нему внимание.

История костюма помнит по этому поводу массу курьезов. В начале XIX века, например, были модны: цвет "бедр испуганной нимфы", цвет "блошиного брюшка", у Чичикова был фрак "цвета наварринского дыма с искрою".

Сейчас стараются выбирать цветовые образы более привлекательные - "лишайника", "полыни", "рогожки", "веревки", "яичной скорлупы", "пепла", "бычьей крови". К таким названиям прибегают, когда слишком красивые "изысканные" сравнения: "коралловый", "гиацинтовый", "бегонии", "перламутровый", "жемчужный", "какао", "слоновой кости" приедаются. По этим названиям представить себе цвет, как правило, нельзя, это просто имена, данные определенному модному цвету.

Используя цвет, как средство создания художественного образа костюма, художники, естественно, учитывают и всю цепь ассоциации, связанную с ним в культурной традиции, которая нередко уходит в очень древнюю символику. Кое-что мы "помним", например, о том, что желтый считается цветом "измены", и избегаем дарить любимым желтые цветы, но это упрощенная и где-то опошленная символика (красный - любовь, белый -

невинность, синий - верность, зеленый - надежда) в эмоциональном восприятии цвета существенной роли не играет.

Ассоциации, рождаемые цветом, гораздо сложнее и многоплановее. Черный, например, в Европе - цвет траура, смерти, отречения от земной радости (в монашеской рясе), но через образ "аскетизма" как-то пришло и понятие гордости, духовной строгости, и этот цвет стал символом изысканности, аристократизма, к тому же, в современном понимании, он выигрышен в костюме (особенно для женщин с хорошим цветом лица и белокурыми волосами - как фон), и из моды этот цвет практически никогда не выходит.

А вот желтый каким-то образом связывается с безумием ("желтый дом" для умалишенных - довольно распространенная метафора), и потому, видимо, в моде он бывает очень редко. Вообще-то ярко-желтый цвет мало кому идет, по закону дополнительных цветов в нежных красках кожи лица он вызывает синеватые и фиолетовые оттенки, цвет лица портится, а этого никому не хочется. Если желтый цвет все же иногда становится модным, то это можно, пожалуй, объяснить тем, что он в конце концов начинает восприниматься как редкий, необычный - новый, эффектный.

Оранжевый цвет - тревога, сигнал опасности. Он настолько прочно сейчас ассоциируется со специальной предупреждающей формой путевых рабочих, что бывает трудно продать даже спортивные куртки этого эффектного цвета. Фиолетовые цвета, напротив, ассоциируются с изысканностью, избранностью, но и с печалью, замкнутостью.

Разбирать эмоциональное воздействие цвета можно было бы до бесконечности. В искусстве костюма цвет используется в неразрывной связи с формой и пластикой одежды, и понимается, важно количество цвета, размер цветового пятна, его положение в композиции. Слишком яркий цвет "съедает форму", не дает рассмотреть ее "скульптуру", переводит ее как бы в плоскостное изображение, особенно при использовании ярких контрастов. Интересно, что в готическом костюме молодого человека, когда одежда стала

"второй кожей", слишком откровенная обрисовка формы тела была полностью снята цветовым членением костюма, в котором левая половина была, скажем, красная, правая - зеленая, и даже чулки были разных цветов (причем, одна нога могла быть в полоску) - скульптура зрительно теряла объем, превращалась как бы в плоское изображение.

В современном костюмосложении тоже пользуются не только однотонными тканями, а очень широко применяют классические рисунки - полоску и клетку, а также ткани с печатным рисунком. Особенность нашего времени в том, что мы очень охотно пользуемся всем, что есть в багаже творчества всех народов всего мира, хотя постоянно изобретаем и что-то новое. Одни клетки, например, напомнят нам шотландские пледы, а с ними - романтику Вальтера Скотта, другие - домотканые полотна русских крестьян, третьи - времена Диккенса, и все это войдет в какой-то степени в образное решение костюма.

Набивные рисунки - это отдельное искусство. Техника печати может быть очень совершенна, мотивы, темы - неисчерпаемы, разнообразие художественных приемов - бесконечно. На ткани могут быть изображены объемные "живые" цветы, но может и их условная графическая и живописная трактовка. Оформление рисунков - это отдельный раздел направления моды - то розы, то листья крапивы, то кареты XVII века, то гоночные машины, то павлиний хвост, то рисунок шкуры зебры, то живопись древней Мексики, то букетики в стиле рококо. Разумеется, образ рисунка должен быть органически связан с образом модели.

2.3. Ведущие стилевые направления моды

В качестве путеводной нити современное моделирование использует понятие "стиль". В классическом понимании стиль - это общая характеристика художественной культуры эпохи. Мода, более мелкая единица, считалась микростилем - внутри стиля менялась мода. В наше время произошло опять какое-то смещение понятий, модельеры стали пользоваться словом "стиль" для обозначения разновидности образного решения костюма внутри моды. Это как бы сумма приемов, средств, используемых в костюмосложении, за которыми в ходе практики закрепились определенные значения, которые стали знаками, передающими заданное содержание. Их использование позволяет, во-первых, отнести новое произведение к определенному, уже известному явлению, что помогает его пониманию, во-вторых, сравнивая это произведение с предшествующим в этом ряду, легче определить характер новизны.

Общий стиль нашего времени пока не получил имени собственного, такого как барокко, рококо, ампир. Последними из обобщающих названий стилей были "бидермиер" (вторая половина XIX века), "модерн" (рубеж веков и начало XX века), "конструктивизм" (20-е годы XX века). Пышную архитектуру периода украшения в нашей стране 50-х годов злые языки называли "ампир во время чумы". Фактически, хоть и не художественный, стиль одежды тех лет - унылая и упрощенная массовка - имеет глубокое внутреннее родство с характерной архитектурой пятиэтажных микрорайонов, соответствующих им интерьеров и прочих бытовых аксессуаров - мебели, тарелок, кастрюлек и т.п. Его можно было бы назвать крайним утилитаризмом, но такого термина нет и не было.

Определить стиль нашего времени трудно. Мы видим, что главной его чертой является разнообразие - и в архитектуре, и в музыке, и в многочисленных "измах" в искусстве. То же и в одежде.

Во второй половине XX века в одежде достаточно четко сформировались характерные черты следующих основных стилей: элегантный, классический, женственный, спортивный, романтический, фольклорный, молодежный.

Далее началось их взаимопроникновение, появились женственно-элегантный, элегантно-спортивный, молодежно-спортивный, молодежно-фольклорный.

И наконец, когда все окончательно перепуталось, возникли стили "кежуаль" - случайный и "диффузный" - проникающий.

Мода, а вернее, ее конкурирующие профессиональные создатели, оказывают сопротивление попытке систематизации, упорядочения, заталкивания ее в какие-то рамки. Ведь явление систематизированное и упорядоченное теряет способность быть новым и неожиданным. В прошлом вместо слова "стиль" употребляли словечко "ala" (по-французски "как"). Были, например, прическа "а ля капитан" и так далее. Попробуем дать краткую характеристику основных стилей современной моды.

Элегантный стиль. Элегантность наиболее трудное понятие в одежде. Оно отвечает определенному внутреннему достоинству человека. Скорее бывают элегантные женщины, чем просто "элегантные платья", хотя термин этот употребляется широко. Элегантный стиль всегда отличается простой и чистой гармоничной формой, минимумом деталей и отделок, благородным цветом, гармоничностью ансамбля, ненавязчивой, но запоминающейся выразительностью целого. Гармония и свобода, полные внутреннего достоинства, выраженные в костюме, - вот как, пожалуй, можно определить элегантность.

Классический стиль обычно ассоциируется с "английским" костюмом, мужским и женским вариантом пиджака. В него входят прямые юбки, блузы в стиле мужской сорочки. Но это понятие несколько шире. В "классику" включают все формы одежды (всегда строгие), прошедшие долгий путь испытания и не потерявшие своей актуальности сегодня. Классический стиль характеризуется строгостью и четкостью линии (это скорее стиль "линий",

чем "форм"), всегда умеренными объемами, выверенными пропорциями. "Классической" называют сейчас длину одежды, полностью закрывающую колени, но не производящую впечатление удлиненной - ту, которую "нашла" когда-то Шанель. Классический стиль требует строгого цветового решения, хотя и не боится контрастов, но не терпит пестроты. В нем есть определенная "гордость", даже "чопорность", он несколько антипод моды. Именно эти его черты мода (искусство костюмосложения) иногда очень ловко использует в своих целях. Так, недавно на Западе, среди тинейджеров (15-17-летних мальчишек), были популярны самые строгие классические костюмы, с жилетами, сорочками и галстуками. По оценке искусствоведов - в сочетании с розовой физиономией, "раскованными" манерами и "безобразной" прической они производили ошеломляющий эффект. Не менее "ошеломляющими" бывают решения строго классических ансамблей, но с мини-юбками.

Женственный стиль - как правило, связан с выявлением природной красоты женской фигуры. Модели этого стиля часто подчеркивают тонкую талию, высокую грудь, чувственные бедра. Линии его мягкие и "певучие", в нем часто используются драпировки, "струящиеся" линии кроя, расклешенные юбки. Объемы одежды всегда умеренны - они хорошо показывают фигуру. Но не исключены пышные юбки, возможны традиционно женственные отделки, особенно воротники, переходящие в банты, шарфы. Не терпит пестроты, вычурности, но придает значение подбору украшений, бижутерии. Наиболее полно женственный стиль проявляется в платьях, чаще - нарядных.

Спортивный стиль - в современной одежде имеет самое широкое распространение, так как он, видимо, больше других отвечает характеру нашей активной, деятельной жизни. Спортивный стиль подразумевает использование в повседневной и деловой одежде элементов и образных решений, предназначенных для спорта и активного отдыха. Этот стиль родился на рубеже XIX и XX веков, когда спорт стал основной

составляющей образа жизни, и до сих пор сохраняет появившиеся тогда черты одежды, найденные для первых велосипедистов, автомобилистов, теннисистов, любителей пеших прогулок - мягкий, объемный, удобный крой, жакет типа куртки, свитера, юбки в складку, кокетки, рукава на манжете, накладные карманы и т.п. Это, так сказать, классика спортивного стиля. По мере того, как занятия спортом становились все более разнообразными и активными, а используемая для них одежда - все более выразительной, характерной, спортивный стиль в повседневной одежде становится все более смелым и раскованным. Появилось и совершенно новое явление, получившее название "спортвер" (спортивная одежда). Это уже не "спортивный стиль", а просто использование в качестве повседневной городской одежды изделий, предназначенных первоначально для активного, а иногда и профессионального спорта: сегодня в городе часто ходят в куртках и монобутах, горнолыжных комбинезонах.

Романтический стиль. В наши дни принципиально отличается от стиля "романтиков" начала и середины XIX века, связанных с литературными течениями. Наш романтический стиль - это чаще всего стиль-ностальгия по XIX веку. Его эстетика строится на обилии характерных деталей - жабо, рюшей, оборок и кружев, всяческих "розоватых брабантских манжет", тоновой вышивки. Нередко используются сразу несколько отделок (например - гофрированная рюшь, атласная тесьма и вышивка), то есть все то, что составляло художественный язык дворянской одежды тех времен.

Есть и другая трактовка стиля - авантюрно-приключенческая, что-то навеянное романами Стивенсона. К кружевам и жабо добавляют сапоги-ботфорты, пояса из грубой кожи и прочие необходимые аксессуары благородного разбойника.

Нередко к романтическому стилю относятся и другие импровизации на исторические темы, обращение к образам эпохи барокко, ренессанса, готики. Скажем, сапожки "Робин Гуд", бывшие пару сезонов модными, - осколок от

целой серии коллекции моделей, выдержанных в "поздне-романском или ранне-готическом" стиле.

Стиль "ретро" - также демонстративное обращение к прошлому, но не столь отдаленному, а к эпохе молодости наших прабабушек. Как правило, носит несколько иронический, игровой характер (шляпки "канотье", туфельки "чарльстон" или "шимми" и т.п.).

Стиль "фольк" или "фольклорный" также обращен к использованию наследия прошлого, но в этом случае - народного костюма и народно-прикладного искусства. Моделирование второй половины XX века, в неустанном поиске новых идей, открыло здесь неисчерпаемые сокровища. Периодически наступает пресыщение, и от этой тематики на некоторое время отказываются, чтобы потом вновь к ней вернуться. Сейчас, как правило, отдельные элементы народного костюма, орнамента, отделки, то, что было характерно для советского моделирования 50-х годов (скромное шерстяное платье, слегка вышитое крестиком), не используется, а создается образ эмоциональный, красочный и узнаваемый, но очень сильно интерпретирующий исходный художественный материал. Именно в этом стиле создаются шедевры современного костюма, во всяком случае, их легче, чем строгие элегантные вещи, считать шедеврами искусства. В фольклорных моделях используется множество художественных средств, приемов (это, собственно, характерно для любого народного костюма) - сочетания фактур тканей и материалов, обилия отделок разной техники, яркости красок и самых неожиданных гамм. Художники перетряхивают запасники музеев в поисках все большей экзотики. Русский костюм почти постоянно присутствует как тема в коллекциях всего мира. Много внимания уделяется традиционной одежде Мексики, Тибета, африканских народов.

Стиль "ориенталь", или восточный - разновидность фольклорного, но в "сказочном" варианте. Это вольная трактовка темы "тысячи и одной ночи", ее выделяют пышность, богатство тканей, обилие украшений, наличие

тюрбанов и шароваров, "гаремная" чувственность форм и явная театрализованность. В основном - это стиль вечерних туалетов.

Стиль "кантри" - сельский. Еще одна разновидность фольклорного стиля, обращенная не к традиционному, а современному крестьянскому костюму. Чаще разрабатывает ковбойскую тему. Ансамбль строится на характерном ассортименте: жакеты-куртки, жилеты, свободные юбки, рубахи, пестрые чулки, загрубленная обувь, широкополые шляпы, платки шали.

Молодежный стиль - пожалуй, из-за его разнообразия правильнее сказать - молодежная мода. Стиль этот имеет точную дату рождения - 1965 год и своих первых авторов - Куррежа, Унгаро, Кардена. Но инспирирован он был самой молодежью, создавшей в бурные шестидесятые самодетельную моду. (Приложение 4). Эта самодетельность продолжается и щедро питает профессионалов, заимствующих у нее многие оригинальные идеи. Тема всегда решается очень остро, образно, гротескно, строится на необычных длинах, утрированных пропорциях, вызывающей цветовой гамме. Содержит элементы "шока", "дразнящих" деталей, нарушает все правила, какие только можно нарушить, носит откровенно "игровой", "юморной" характер, не боится "антиэстетики", ведь молодежи не страшны такие оценки, как "безобразная", с ними только веселее.

Тематика молодежной моды так же самая разная. Была молодежная одежда "геометрического" и "космического" стиля, устойчиво сохраняются варианты решений в стиле "бродяга", "стейнбек" - варианты костюма деклассированных членов общества. Одно время был стиль "йе-йе" (или "бебе" - кукольные платья пятилетней девочки), а также стиль "колледж", обыгрывающий форменную одежду высокопрестижных закрытых частных учебных заведений, "английская школьница" - этакая "пай-девочка" (но это всегда пародия). Конечно, в молодежной моде возможны все варианты спортивного стиля, а также стиль производственной одежды и военизированный. А в последнее время - даже пародийно-элегантный и женственно-чувственный. В последних предложениях всех домов "от-

кутюрье", на очень красивых (и совсем не смешных) юных манекенщицах (им не более чем по 16-18 лет) - очень "роскошные", явно безумно дорогие, из традиционно дорогих материалов (бархат, тафта, атлас, парча, шифон, кружева, с обилием золотых украшений), пышные, как полураспустившийся пион, очень короткие, нарядные платья. Это стало основной темой всех коллекций. Такого не было никогда, такие роскошные туалеты всегда предназначались женщинам, не имеющим возраста, во всяком случае не самым юным. Какие социальные процессы стоят за этим поворотом в творчестве кутюрье, которое всегда - зеркало?

Есть еще достаточно различных стилевых решений в одежде, таких, как "*морской стиль*" - вся романтика и символика флота от адмиральского мундира до великолепных отрепьев морского разбойника. Традиционное сочетание белого, синего, голубого и песочного, металлическая фурнитура, "тельняшки", юбки в складку, брюки "со стрелками", морской воротник (кстати, широко применяемый в детской одежде).

Можно назвать еще стиль "сафари", в котором разрабатывается образ одежды охотников на экзотических животных в тропических странах, близкий к форменной одежде английских колониальных войск, - удобный, свободный крой, оттенки от светлого хаки до песочного, обилие утилитарных деталей: накладных карманов, погон, клапанов, хлястиков.

Обязательны "газыри" - полоска ткани, заложная петельками - для патронов, панама, напоминающая пробковый шлем. Иногда атрибуты колониального костюма сочетаются с элементами костюма туземцев, например, "дхоти" - драпировкой, заменяющей индусам брюки.

Образное решение костюма, если оно оказалось достаточно актуальным, через небольшое время находит свое отредактированное воплощение в вариантах тиражируемой одежды. В результате на адресата моды, покупателя обрушивается лавина самых разностилевых изделий - классических жакетов, романтических блуз, спортивных брюк, крестьянских юбок и башмаков. Все это сделано мастерски и потому нравится, купить хочется все, в результате

во владении любителя моды оказываются самые разностилевые предметы, которые хозяин начинает компоновать произвольно. Требование чистоты стиля, некогда настолько строгое, что сочетание спортивной куртки и романтической блузы считалось чуть ли не смертным грехом, повсеместно нарушается.

Но покупатель, как известно, всегда прав. Кутюрье спорить не стали. Они создали, вслед за потребителем, *стиль "кежуаль"* - (его пик приходится примерно на 1985-й год) - немислимую мешанину из разностилевых предметов одежды. Но высокий профессионализм, мастерство сумели найти даже "в этом безумии свою систему", парадоксальные вариации оставались по-прежнему пленительными, хотя вовсе не любая мешанина складывается в высокохудожественный образ. Так одеваться - гораздо сложнее, чем следовать проверенным правилам, поэтому "кежуаль" просуществовал не слишком долго, его сменил *"диффузный" стиль* - то же сочетание разных приемов в одном ансамбле, но гораздо более упорядоченное и имеющее более-менее понятную внутреннюю логику.

Каждый мастер моды чаще работает в своем излюбленном стиле, имеет свой творческий почерк, по которому можно узнать его авторство. Многие художники в течение ряда лет разрабатывают найденный круг тем, причем сохраняются и образное решение и приемы, конструкции, любимые ткани и материалы. (В большинстве случаев европейские кутюрье связаны многолетними отношениями и с компаниями текстильщиков, которые довольно часто являются фактическими владельцами домов моделей).

Найти свой неповторимый язык в моделировании, сохранять чистоту авторства, не поддаваться влиянию других мастеров - очень трудно. Но только совершенно самостоятельный художник имеет право на высокое звание "кутюрье". Надо сказать, что плагиат в искусстве моделирования процветает весьма широко, обычно после появления особо удачной творческой находки она становится добычей модельеров менее высокого ранга, вызывает волну подражаний, интерпретаций, а иногда и прямого копирования, вплоть до

распарывания изделия и съемки кроя со спорки. В мире моды достаточно широко распространен и промышленный шпионаж со всеми увлекательными перипетиями детективного жанра, а потому работа художника ведется в глубокой тайне, необходимой для получения эффекта неожиданности, сюрприза, открытия, без которых успеха не будет. Иногда художники резко меняют свой стиль, но это могут не многие. Один из самых знаменитых в мире кутюрье Ив Сен-Лоран, начавший совсем молодым работать у Диора, к середине семидесятых годов имел устойчивую репутацию мастера классически-элегантной школы чуть ли не с оттенком консерватизма, но во второй половине того же десятилетия он ошеломил весь мир моды блестящими коллекциями фольклорного стиля, на несколько лет ставшего ведущим в моде.

Естественно, что новую идею, новый образ, найденный с большим трудом, нельзя "доказать" в одной модели. Поэтому "единицей творчества" в специальности модельера уже давно стала "коллекция", состоящая из десятков моделей, причем есть тенденция к ее увеличению до 150-200 моделей, то есть стремление автора использовать сразу все возможности, заложенные в найденной художественной идее, отработать ее полностью. Найдя "скульптуру" своего замысла, его крой, художники делают на этой основе модели разных пропорций и разного назначения - например, удлиненные пальто, пальто классической длины, полупальто, жакеты. Из таких моделей - ну, скажем, белого цвета, строится группа и готовится выход десяти-пятнадцати изделий, а потом повторяется (по этой же схеме) выход ансамблей в черной гамме, а затем еще и красной.

Шаблон искусства моды не терпит ни в чем, в том числе и в построении коллекции. Приведенные в качестве примера приемы достаточно хорошо известны, и хотя в свое время они производили ошеломляющее впечатление, теперь все равно приходится искать все новые и новые формы и приемы показа. Учитывая конкуренцию среди соперничающих моделирующих фирм,

это становится все труднее, и приходится прибегать к дополнительным средствам воздействия на зрителя, то есть будущего покупателя.

Характерной чертой нашего времени стало появление театрализованных показов или, как их называют, театров моды. Показ моделей строится как целостное, драматическое действие, подчиненное общему замыслу. Очень важны музыка, пластика и ритм движений демонстраторов, их сложные взаимные перемещения и группы, застывающие на мгновения в "живых картинах". Иногда разыгрываются жанровые сценки или исполняются танцевальные номера. В ход идут световые эффекты, приемы театра "Латерна Магика", с использованием теней, вращающихся зеркал, меняются проектирующиеся со слайдов декорации, да и сама сцена перестает быть свободной, появляются различные конструкции, обыгрываемые в ходе показа и придающие зрелищу еще большую нарядность. Возможен и остроумный конферанс, и участие профессиональных артистов как со вставными номерами, так и в роли "коверного".

Что же, модельер становится еще и режиссером? И да, и нет. Модельер строит свою коллекцию уже как "действие", будущая "драматургия" показа закладывается в общую идею, образ коллекции. Но для постановки показа все чаще прибегают к услугам профессионалов-режиссеров, балетмейстеров, художников сцены. Искусство театрализованных показов моды сейчас очень прогрессирует, и в ближайшем будущем мы, наверное, увидим немало действительно незабываемых праздников.

Закончить беседу об искусстве костюмосложения, наверное, вполне уместно некоторыми соображениями об отношениях моды и красоты.

Мастер, художник, работая над своим произведением, всегда, казалось бы, стремится сделать нечто "красивое". Но наблюдения за изменением исторического костюма и текущими поворотами моды, за одеждой жителей разных регионов нашей земли как ничто другое убедительно показывают всю противоречивость представлений о прекрасном, свойственную людям разных эпох и культур. Если и есть в каких-то сферах проявления человеческого

духа представления о вечной красоте, то уж во всяком случае - не в одежде. Наш умный и образованный век это хорошо понимает и не считает свои сегодняшние увлечения истиной в конечной инстанции, как впрочем и не считает вкус недавно прошедшего времени смешным и нелепым. Да, оценивая нравящееся нам платье, мы восхищенно говорим "красиво". А противник моды с такой же убежденностью скажет - "что же здесь красивого?". В обоих случаях это только выражение эмоций: мне нравится - мне не нравится. Сравнение Твигги ("мини-королевы мини-моды" середины шестидесятых годов) с Венерой Милосской - противоправно и бессмысленно. Но такие сравнения делались - попытки противопоставить моде "вечную красоту" стары как само явление моды. Современные создатели костюмов, хорошо понимая диалектичность понятия красоты, иной раз вовсе и не стремятся создавать "красивое". Задачей может быть создание образа "выразительного", адекватного стоящей задаче. "Красивый" костюм должен делать человека "приятным" для окружающих, но ведь может быть поставлена другая цель: придать человеку вид устрашающий - как, например, в боевом одеянии индейца или в одежде современных рокеров. С позиции "приятности" оценить такие одеяния как "красивые" - трудно, но ведь они и красивы по-своему.

Есть афоризм: "Единственная возможность понять что-либо в искусстве - ничего ни с чем не сравнивать".

К искусству костюма это относится в высшей степени.

Выводы и предложения

Во все времена мода была культурным кодом, в котором заключена, в той или иной степени, сексуальность, желание нравиться - вот главные стимулы ее развития. Вряд ли в будущем она изменит своему главному принципу - делать человека более привлекательным.

Сегодня, когда меняется ритм жизни, когда люди (особенно молодежь) пытаются жить энергичнее, вольготнее, успеть везде и всюду, мода, порой, приобретает шокирующие, на первый взгляд, черты. Вместе с тем она всегда будет стремиться к мобильности, целесообразности, удобству, практичности, раскрепощенности и естественности.

Кому-то она будет нравиться, а кому-то - нет. Но, как известно, "о вкусах не спорят", а человека вне моды не было, нет и не будет.

Принято считать, что мода, как яркая бабочка, живет одним днем. Появилась, вскружила головы - и нет ее. Однако это было бы чересчур просто, а мода не признает однолинейной простоты. Каждый раз существуют обстоятельства, которые вызывают необходимость перемен и способствуют возникновению новой моды. Мы не всегда умеем увидеть, разглядеть их, понять и оценить логику моды. Но мода - безжалостный диктатор, она порой требует от человека невозможного. Как в таком случае относиться к моде: отказаться следовать ей, подождать, пока она предложит нечто для тебя подходящее, или, не взирая ни на что, последовать ее рекомендациям? Для человека, чье чувство собственного достоинства велико, а умение оценить себя проверенно и не раз испытано, тут не будет проблем. Он откажется от моды, которая уродует его, не отвечает его эстетическим потребностям и не соответствует его образу жизни.

Итак, мода - это особое явление в психологии человека, основанное на представлениях о "модности" и "немодности". В моде ярко проявляется зарождение подражания. С социально-психологической точки зрения, мода - это стремление к неповторимости, индивидуальности.

Феномен моды в том, что она единая, непостоянная и переменчивая. В этом и есть ее особая динамичность. А суть моды в том, что на смену модному приходит что-то еще моднее и первое отходит на задний план.

"Модность" способствует распространению нового. За ней стоит подражание чему-то уже существующему и признанному модным.

К факторам модности относятся престиж, утилитарность, эстетичность и т.д. Люди часто подражают тем, кого считают своими кумирами. Они как бы заражаются вирусом подражания.

Таким образом, в стремлении быть модными как кумиры, люди, сами не замечая того, теряют свою индивидуальность, становясь такими же как масса им подобных. Следование моде повышает престиж человека. Оно же регулирует его эмоциональное состояние. Мода приобщает людей к новому, выполняя инновационную функцию. Наконец, следование моде часто способствует самоутверждению личности.

Список литературы

1. Алпатов М.В. Всеобщая история искусств. Т.1/М.В. Алпатов. - М., 1972.
2. Андерсен К. Американский стиль: проще не бывает / К. Андерсен, О. Волчик // Натали. - 2000. - № 11. - С.102-104.
3. Андреева И.А. Массовая мода и "технологическая эстетика"/ И.А. Андреева // Техн. эстетика. - 1985. - № 7. - С.10.
4. Арславская Н.М. Мода, вкус, красота / Н.М. Арславская. - М.: Профиздат, 1991.
5. Блок М. Апология Истории, или Ремесло историка / М. Блок. - М.: Наука, 1986.
6. Бодо Ф. Королева авангарда / Ф. Бодо // Elle. - 1998. - № 5. - С.84-90.
7. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV-XVIII вв. Т.1. Структуры повседневности: Возможное и невозможное / Ф. Бродель. - М.: Прогресс, 1986.
8. Волчик О. Больше тела. Эрогенные зоны истории моды / О. Волчик // Натали. - 2000. - № 4. - С.82-85.
9. Волчик О. Уличный шик / О. Волчик // Натали. - 1999. - №9. - С.77-80.
10. Волчик О. Фрейду и не снилось / О. Волчик // Натали. - 2001. - №1. - С.77-81.
11. Волчик О. Император стиля / О. Волчик, Т. Тинская // Натали. - 2002. - №2. - С.70-75.
12. Герцен А.И. Былое и думы / А.И. Герцен. - М., 1986.
13. Гете И.В. Фауст / И.В. Гете. - М., 1984.
14. Голыбина А.Г. Вкус и мода / А.Г. Голыбина. - 1974. - 159с.
15. Горина Г.С. Моделирование формы одежды / Г.С. Горина. - М., 1982.
16. Гофман А.Б. Обычай как форма социальной регуляции / А.Б. Гофман, В.П. Левкович // Сов. этнография. - 1973. - № 1. - С.14-20.
17. Гуревич А.П. Категории средневековой культуры / А.П. Гуревич. - М., 1974. - 320с.
18. Дишер Ф. Мода и цинизм / Ф. Дишер. - СПб., 1879.

19. Доброхотова И.А. Беседы о моде, или Зеркало, которое не лжет / И.А. Доброхотова. - Алма-Ата: Онэр, 1991. - 176с.
20. Дроботько Н. Его признали гением при жизни / Н. Дроботько // Натали. - 2001. - №5. - С.66-71.
21. Дроботько Н. Коко Шанель, женщина-легенда / Н. Дроботько // Натали. - 2000. - №4. - С.72-77.
22. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Э. Дюркгейм. - М.: Наука, 1991.
23. Зайцев В.М. Такая изменчивая мода / В.М. Зайцев. - М.: Мол. гвардия, 1983. - 208с.
24. Зайцев В.М. Этот многоликий мир моды / В.М. Зайцев. - М.: Сов. Россия, 1982. - 77с.
25. Захаржевская Р.В. Костюм для сцены / Р.В. Захаржевская. - М., 1973.
26. Захаржевская Р.В. Мода и гуманизм/ Р.В. Захаржевская // Мода: за и против. - М., 1973.
27. Зборовский Е.М. По законам красоты: О моде / Е.М. Зборовский. - М.: Сов. Россия, 1988.
28. Зелинг Ш. Мода. Век модельеров, 1900 - 1999/Ш. Зелинг. - Кельн, 2000. - 655с.
29. Ильинский М.М. Джанни Версаче - художник-модельер / М.М. Ильинский. - М.: Политиздат, 1998. - 302с.
30. Каминская Е.В. О культуре одежды: Костюм, стиль, мода / Е.В. Каминская. - М., 1977.
31. Каминская Н.М. История костюма / Н.М. Каминская. - М., 1970.
32. Кантор К.М. Мода как стиль жизни / К.М. Кантор // Мода: за и против. - М., 1973. - С. 193.
33. Кибалова Л. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова. - Прага: Артия, 1988. - 608с.