

15. The International Jew's Harp Society [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://jewsharpsociety.org> (accessed: 25.09.2024).

## СОВРЕМЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ МОДНЫХ ПОКАЗОВ

*Р.В. Муштукова,*  
старший преподаватель, аспирант  
ВГУ имени П.М. Машерова,  
Витебск (Республика Беларусь)  
Научный руководитель:  
*Е.Е. Корсакова,*  
кандидат искусствоведения, доцент  
Белорусский государственный университет культуры и искусств,  
Минск (Республика Беларусь)

*Аннотация.* Трансформации модных показов – это важный аспект развития индустрии моды в эпоху технологических инноваций. Эволюция данного формата на современном этапе развития демонстрируют, как технологии и изменения в общественных ожиданиях влияют на традиционную форму индустрии.

Цифровые и интерактивные подходы позволяют моде быть более доступной, персонализированной и экологичной. Однако важно отметить, что эти изменения не заменяют традиционные показы полностью, а скорее дополняют их цифровыми элементами.

**Ключевые слова:** трансформация модных показов, индустрия моды, инновации, мода.

## MODERN TRANSFORMATIONS OF FASHION SHOWS

*R.V. Mushtukova,*  
Senior Lecturer, Postgraduate  
VSU named after P.M. Masherov,  
Vitebsk (Republic of Belarus)  
Scientific advisor:  
*E.E. Korsakova,*  
Candidate of Art History, Associate Professor  
Belarusian State University of Culture and Arts,  
Minsk (Republic of Belarus)

*Abstract.* The transformation of fashion shows is an important aspect of the development of the fashion industry in the era of technological innovation. The evolution of this format at the current stage of development demonstrates how technology and changes in public expectations affect the traditional form of the industry.

Digital and interactive approaches allow fashion to be more accessible, personalized and environmentally friendly. However, it is important to note that these changes do not replace traditional shows completely, but rather complement them with digital elements.

**Keywords:** transformation of fashion shows, fashion industry, innovation, fashion.

Модные показы в историческом масштабе имеют относительно недавнее прошлое. Их современная форма сложилась только за последние несколько столетий. Эволюция формата модных показов отражает общую трансформацию

общества, технологий и культурных норм. Понимание истории модных показов помогает лучше оценить текущие тенденции и предугадать будущее развития этой индустрии. Слово «мода» (образец) является определяющим во фразе «показ мод» (или «модный показ») – это мероприятие, на котором дизайнеры демонстрируют свои новые коллекции одежды перед публикой.

Мода – явление многогранное, являющееся предметом изучения специалистами различных областей исследования общественных явлений. А.Б. Гофман в работе «Мода и люди» отмечает, что «мода означает быстро преходящую популярность чего-либо или кого-либо. Если же это слово употребляется во множественном числе, оно обозначает, как правило, образцы одежды, которые наиболее популярны в определенный промежуток времени [1]. В культурологических исследованиях встречается и утверждение, что мода – это способ интерпретации человеком важных политических, экономических, социальных и культурных событий, происходящих в мире [2]. Нет единого мнения и по вопросу времени возникновения моды. Некоторые специалисты считают, что рождение моды трудно связать с каким-либо определенным периодом или событием. Историки культуры придерживаются мнения, что мода родилась в XII-XIII вв., когда в костюме стали появляться элементы, использование которых нельзя объяснить необходимостью или развитием эстетического вкуса [3]. Искусствоведы датируют возникновение моды эпохой позднего средневековья, а точнее, концом XIV – началом XV столетия.

Трансляция модных новинок в социокультурной среде в исторически обозримом времени производилась разными способами. В Римской империи с этой целью использовались небольшие раскрашенные фигурки из обожженной глины. Позже, когда центром моды стал Париж, для демонстрации модных фасонов одежды использовались куклы Пандоры с набором предметов одежды. Одежда кукол тщательно изучалась, а затем изготавливалась в натуральную величину для дам высшего сословия. Такой способ передачи информации о новом в мире моды может считаться начальной формой модных показов.

До конца XVII века изготовлением женских платьев занимались исключительно портные-мужчины. Лишь в 1675 году женщины-кутюрье завоевали право на существование [4]. В литературе очень редко встречаются упоминания о портных, но если и встречаются, то акцент ставится не на фасон платья, а на его украшения. Наиболее известны портной двора Людовика XIV Лангле и портной правления Наполеона Л.И. Леруа, задававшие тон придворной моде.

Революционное изменение концепции демонстрации модных направлений в одежде принадлежит кутюрье Ч. Ворду. Он стал одевать продавщиц Дома моды, где он работал, в свои платья и аксессуары. Девушки элегантно представляли модели. Такие модные показы привлекали клиенток и увеличивали продажи. Используя кратковременную цикличность моды, он каждые двенадцать месяцев создавал новую коллекцию, отменяя новизну прошлого костюма. Он первым стал создавать сезонные коллекции, придав индустрии моды определенный ритм. В 1860 году он организовал показ мод во время скачек на ипподроме Лонгшан, заложив тем самым традицию, которую продолжали другие кутюрье вплоть до 1930-х годов, с целью рекламы и продвижения своих кол-

лекций. Продолжила новаторскую идею Ч. Ворта модельер Жанна Пакен. В 1900 г. мадам Пакэн возглавила отдел моды Всемирной выставки в Париже. Были представлены образцы творчества большинства ведущих кутюрье того времени. Наряды демонстрировались на восковых манекенах и страницах роскошно оформленных альбомов, при этом впервые использовалось музыкальное сопровождение. Первые показы проводились для того, чтобы дать возможность клиентам подобрать для себя наряды, а затем и купить их.

Начало XX века стало расцветом модных показов, которые стали превращаться в настоящее шоу. В 1905 году в Лондоне состоялось первое дефиле, напоминающее современное. Его организатором стала дизайнер Леди Дафф Гордон – одна из ведущих британских модельеров. Она привнесла в индустрию моды много инновационных идей: предложила сменить женские корсеты на более удобное бельё, придумала глубокие соблазнительные декольте и юбки с разрезом, использовала во время дефиле на сцене музыкальное сопровождение, приглашала оркестр, озвучивающий данное мероприятие, и угощала зрителей в конце программы. Люсилль позволяла девушкам-моделям свободно двигаться и даже танцевать, что позволяло зрителям увидеть, как будет выглядеть то или иное платье в реальности. Существенный вклад в модные показы внес модельер Поль Пуаре (1879-1944). Он также понимал, как важно дать клиентам возможность рассмотреть одежду со всех сторон и использовал импровизированный подиум, занимавший все помещение для модного показа, вдоль стен которого сидели гости. Пуаре ввел и новый формат показов с приглашением фотографов, что открыло новое направление в мире моды.

Во второй половине XX века модные показы получают новый импульс. В 1943 году Элеонора Ламберт организовала в Нью-Йорке «Пресс-Неделю», на которую были приглашены модельеры и дизайнеры из США. Это стало прообразом Недели моды. Вслед за Парижем эстафету принял Милан (1979 год), затем Лондон (1984 год), а в 1993 году первая официальная Нью-Йоркская Неделя моды. Так сформировалась так называемая «большая четвертка».

Современные модные показы меняли форму и способы презентации своих коллекций. Традиционное дефиле становится иначе организованной реальностью, оказывающей на человека специфическое действие. Идеи Люсилль и Поля Пуаре, стоящих у истоков театрализованных и неформальных показов, сегодня находят продолжение в самых неожиданных феерических действиях, активно использующих современные достижения в науке и технике.

В 2010 году Александр Маккуин стал первым дизайнером, запустившим прямой эфир с показа в сети. Эта одна из площадок, на которую опирается индустрия моды. Взаимоотношения моды и коммуникативного пространства Интернета расширяют возможности для продвижения собственных онлайн-площадок в социальных сетях. Influencer-маркетинг и сотрудничество с популярными блогерами позволяет создавать бренды личных стилей. Формы организации и технологии показов модной одежды усложняются с каждым годом. Сегодня театрализованные, феерические, модные показы захватили большинство известных модельеров и домов мод. Чтобы организовать модное шоу для Fendi в 2008 году, модельер Карл Лагерфельд арендовал часть Великой Китай-

ской стены. Для демонстрации коллекции Пьера Кардена была выбрана пустыня Холмы Мингша. И подиум, и стулья для гостей размещались прямо на песке. Компания Теда Бейкера 2012 году организовала показ на вертикальной стене. Манекенщицы с помощью специальных веревок поднимались до 24-го этажа. Подобный показ с 42-метрового небоскреба в Токио представил дом моды Gucci в 2014 году. Становятся доступными и шоу под водой.

Первым брендом, который начал использовать онлайн модные показы был Gucci. В 2019 году они организовали первый полностью виртуальный показ Gucci Cruise Collection, который транслировался на просторах YouTube и в социальных сетях. С развитием технологий и изменением потребностей рынка, такие бренды как Burberry, Dior, Louis Vuitton, Balenciaga также стали активно использовать онлайн модные показы, что сделало этот формат все более популярным в современной модной индустрии.

Подиум и индустрию моды постепенно «захватывают» виртуальные топ-модели, девушки-аватары. Их привлекательная внешность и онлайн поведение создается с помощью цифровых технологий. Первую в мире виртуальную цифровую модель, создал фотограф Кэмерон-Джеймс Уилсон. Благодаря IT-технологиям получилось сгенерировать идеальный образ, не существующую в реальности девушку Шуду Грэм. Минимальное количество ресурсов, доступность и экологичность digital fashion позволяет дизайнерам ускорять цикл производства и продажи, делая изделия более выгодными для потребителей, а также безвредными для окружающей среды. Первый масштабный модный показ с дополненной реальностью состоялся в Париже, во время Недели моды весна-лето 2020. Модельный ряд состоял преимущественно из виртуальных аватаров. Подводный показ мод Яны Недзвецкой – это яркий пример того, как инновационные идеи могут преодолевать ограничения и создавать новые горизонты в мире моды. Ей удалось создать подводный показ мод в режиме реального времени, совместив online-съемку и трансляцию. Показ Доменико Дольче и Стефано Габбана (AltaModa 2021 Dolce&Gabbana) в Венеции – незабываемое шоу под открытым небом. Сто моделей, похожих на райских птиц, прибыли из лагуны на ста гондолах.

Модные показы за время своего существования, прошли как эволюционные, так и революционные изменения. Сегодня модные показы стали не только профессиональными мероприятиями, имеющими большое значение для экономики модной индустрии. Многие из них превратились в публичные зрелища, провокационные, феерические шоу, которые можно наблюдать в прямом эфире.

### Список литературы

1. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. – 3-е изд., доп. / А.Б. Гофман. – Москва [и др.]: Питер, 2004. – 208 с.
2. Гусева А.М. Мода как предмет культурологического осмысления / А.М. Гусева // Культура и цивилизация. – 2017. – Том 7. № 3А. – С. 409-421.
3. Пармон Ф.М. Композиция костюма. Одежда, обувь, аксессуары: учебник. – 3-е изд. / Ф.М. Пармон. – Москва: Триада Плюс, 2002. – 311 с.
4. Аброзе, Е.А. Психология моды: культурологический обзор / Е.А. Аброзе. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 230 с.