



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra slovanských jazyků a literatur

Oddělení ruského jazyka a literatury

Bakalářská práce

Мода от-кутюр в России и Чехии: история и современность

Fashion Haute Couture in Russian and Czech: History and Present

Vypracovala: Anastasia Strogush

Vedoucí práce: PhDr. Marta Vágnerová, Ph.D.

České Budějovice 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma „Moda haute couture v Rossii i Čechii: istorija i sovremennost“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

Anastasia Strogush

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Martě Vágnerové, Ph.D., za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce.

Katedra slovanských jazyků a literatur

Oddělení ruského

Pedagogická fakulta, Jihočeské univerzity, České Budějovice

Moda haute couture v Rusii i Čechii: istorija i sovremennost

Tématem bakalářské práce je moda haute couture v Rusku a Česku.

Bakalářská práce se skládá z úvodu, 3 kapitol, závěru a seznamu literatury. Každá kapitola začíná stručným popisem a je rozdělena do podkapitol. Podkapitola obsahuje základní informace o modě: historie, tradice, charakteristické rysy, způsoby chování a oblékání.

Práce je vypracována v ruském jazyce.

Vedoucí práce: PhDr. Marta Vágnerová, Ph.D.

Anastasia Strogush

2021

Department of Slavic languages and literatures

Department of Russian language and literature

Faculty of Education, University of South Bohemia, České Budějovice

Fashion Haute Couture in Russian and Czech: History and Present

The theme of this thesis is fashion haute couture in Russia and Czech Republic.

Bachelor work consists of an introduction, 3 chapters, conclusion and bibliography. Each chapter begins with a brief description, and is divided into subchapters. The sub-chapters contain basic fashion information: history, traditions, features, behaviors and ways of dressing.

The work is written in Russian language.

Thesis supervisor: PhDr. Marta Vágnerová, Ph.D.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ МОДЫ	4
1.1. Определение понятия мода	4
1.2. Деятельность Чарльза-Фредерика Ворта.....	6
1.3. Дома высокой моды во второй половине 20 века.....	9
1.4. Высокая мода будущего.....	12
ГЛАВА 2. ВОЗНИКНОВЕНИЕ ПРЕТ-А-ПОРТЕ	15
ГЛАВА 3. ФЕНОМЕН «ОТ-КУТЮР» В РОССИИ И ЧЕХИИ	20
3.1. Российские дома мод и модельеры.....	20
3.2. Чешские дома мод и модельеры	25
3.3. Особенности модных стилей среди населения в России и Чехии.....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	32
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	33

Введение

Актуальность исследования. В современном мире индустрия моды является значительной частью мировой экономики. Мода — это феномен, который характеризуется изменчивостью и резкими переменами, через которые можно проследить изменения в общественной жизни. С модой сталкиваются как на демонстрационных подиумах, так и на улицах в повседневности. Она влияет на человека с экранов телевизоров, с обложек популярных журналов. Иногда то, что сначала не воспринималось, со временем становится модным, что связано с частой сменой эстетических вкусов и предпочтений.

В данной работе я хочу рассмотреть долгий путь развития моды от-кутюр, и углубиться в ее особенности, познакомиться с ее представителями из числа модных домов на примерах двух стран: России и Чехии. Кроме того, я попытаюсь разобраться, в чем же различие между модой прет-а-порте и высокой модой.

Целью исследования выступает комплексный анализ феномена моды и в частности моды от-кутюр как явления современного мира. Специфика, закономерности и причины распространения новых тенденций.

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи исследования:**

1. Исследовать моду от-кутюр как феномен культуры.
2. Рассмотреть сущность и специфику моды в Чехии и России.
3. На основе теоретических данных и анализа при изучении проблемы, систематизировать полученные знания и сведения о моде.

Объект исследования – феномен понятия «мода от-кутюр».

Предмет исследования – высокая мода в России и Чехии.

Успешность выполнения задач, которые представлены выше, напрямую зависит от методов исследования, применяемых в процессе. Во время теоретического исследования, я применяла такие методы как: сравнительный, метод мониторинга, анализа, синтеза, дедукции и абстракции.

Научная новизна исследования определяется тем, что осуществлено широкое, системное исследование на основе теоретических материалов, таких понятий как мода, мода от-кутюр, прет-а-порте, как явления современного мира.

Мода XX-XXI веков представляет собой систематические, организованные, масштабные трансформации внешнего и внутреннего мира личности. Ритм смены стилей в современной моде постоянно растет. Функция современной моды

заключается в ее тенденции к сближению и размыванию национальных стилей на основе массовой культуры и универсального стиля.

Практическое значение исследования заключается в возможности применения материалов работы в дальнейшем изучении особенностей модных тенденций в таких странах как Россия и Чехия, а также научные наработки работы могут быть основой для изучения касающихся вопросов.

Структура работы: введение, 3 главы, 7 подразделений, заключение, список использованной литературы.

1. Формирование моды

1.1. Определение понятия мода

Понятие мода, как общественное явление, трансформировалось в течение длительного времени и прошло множество стадий развития.

Само слова пришло к нам с французского языка, но его корни имеют латинское происхождение: *modus* – образ, режим, мера. Если же попытаться отыскать наиболее точное определение этого слова, то мода – это непрестанно развивающийся процесс, созвучный с изменяющимися веяниями в обществе. Можно сказать, что в определенный промежуток времени – это то, что является наиболее популярным и признается большинством.

Модой в самом широком смысле слова называют существующие в определенный период и общепризнанные на данном этапе отношение к внешним формам культуры: к стилю жизни, обычаям сервировки и поведения за столом, автомобилям, одежде. Однако при употреблении слова мода, под которым всегда подразумевается постоянное и с позиций разума недостаточно объяснимое стремление к изменению всех форм проявления культуры, обычно имеют в виду одежду. Историческое развитие одежды человека неразрывно связано с модой и между ними поэтому обычно ставится знак равенства. (Кибалова, Гербенова, Ламарова 1966)

По мнению историков, такое социальное явление как «мода» появилось в промежутке между XII и XIII веками. Это обосновано развитием городской культуры, а также тем, что люди пытались найти новые способы для того, чтобы обозначить свой социальный статус. Именно с той поры в одежде стали появляться необычные элементы. Как пример, можно привести шлейфы платьев длиной в метр у дам или необычайно узкие панталоны у мужчин. Нельзя не согласиться, что такие элементы невозможно объяснить ни необходимостью, ни эстетичностью. (Ермилова 2003)

Первые научные работы, в которых рассматривалась мода, появились в XVI веке. Тогда моду связывали с этикетом, анализировали эстетические характеристики модных объектов и стандартов (Монтень, Ж. де Лабрюйер, Джон Локк). Однако, уже начиная с XVIII в. предпринимались попытки определять механизмы ее функционирования.

В 1759 г. шотландский экономист и философ Адам Смит издал труд «Теория нравственных чувств», в которой отмечал, что мода проявляется в восприятии

красоты, господствует она недолго и основана не на разуме, а на предубеждениях. (Смит 1997)

О моде писали такие философы как Эммануил Кант, Георг Гегель, Адорно, Э. Фромм, Ганс Георг Гадамер, Ролан Барт, Жан Бодрийяр, социологи: Г. Зиммель, Г. Тард, П. Бурдьё, культурологи: Э.Фукс, Б. Хьюбнер Дж. Рескин, Б. Гройс, Ю. Лотман. Все это свидетельствует о ее многомерности и социальном значении.

Если говорить и об экономической функции моды, то стоит упомянуть о ее связи с динамизмом: мода опережает физический износ предмета (товара) моральным и, следовательно, обеспечивает промышленность спросом на новое, постоянно расчищая рынок для сбыта.

Мода в одежде - смена форм и образцов одежды, которая происходит в течение сравнительно коротких промежутков времени. Это словоупотребление (быть одетым «по моде», фр. *À la mode*) восходит к XVII веку, когда французская придворная мода стала образцом для всех европейских стран. Мода подразумевает сочетание различных элементов: прическа, элементы одежды, крой, цвет, аксессуары, которые принимают участие в создании модного образа. (Кибалова, Гербенова, Ламарова 1966)

Мода в одежде связана с визуальным приближением тела к принятым идеалам и образцам. Например, в Китае и Японии были приняты различные виды деформации. В Японии девочкам изменяли строение ступни, ограничивая ее рост – это считалось признаком аристократизма. В Европе корсет корректировал очертания всего тела. Кринолин подчёркивал достоинство и общественное положение. Отчасти большой расход ткани на шлейф или платье являлся показателем принадлежности к тому или иному сословию. (Кибалова, Гербенова, Ламарова 1966)

«Колыбелью моды» в одежде традиционно считается Франция, а конкретно ее столица. Именно здесь родились такие великие дома мод, слава которых не утихает до сих пор. Но процесс формирования современного понятия «мода» начался еще задолго до появления таких именитых дизайнеров как Кристиан Диор и Коко Шанель.

Все началось в 1661 году в эпоху правления короля Людовика XIV, именуемого «король-солнце». Людовик придавал большое значение своему внешнему виду. Королевский двор был подчинен строгому этикету, Людовик диктовал моду и вводил новые тенденции. Можно сказать, что в то время мода для элиты стала жизненно необходимой. Она являлась показателем высокого положения человека, а также была важной частью экономики, так как процесс изготовления одежды был полностью под

контролем государственной власти. Массовой, мода стала лишь в XX веке, благодаря появлению стиля прет-а-порте – бутиков готового платья.

В Россию же европейская мода начала проникать при Петре Алексеевиче. Он поставил под запрет ношение старого русского костюма у всех слоев населения кроме духовенства и пахотных крестьян. А с 1701 года, царь повелел носить европейский костюм и женщинам. Были приняты серьезные меры по внедрению европейского костюма в обиход горожан и дворянства: производство русского платья было под запретом, а нарушителям грозили штрафы, вплоть до ссылки на каторгу и конфискации имущества. Поэтому с 1705 года все городское население под угрозой штрафов перешло на европейский костюм. Как показало время, все эти меры были лишь временными, и уже после смерти Петра I все вернулось на круги своя, и часть городского населения вернулась к своей обычной одежде. (Ермилова 2003)

1.2. Деятельность Чарльза-Фредерика Ворта

На фоне впечатляющих успехов массового производства и интенсивного развития модной индустрии в XIX веке, возникает идея создания «высокой моды» или же по-другому моды от-кутюр (с фр. «от-кутюр» — «высокое шитье»). Несмотря на то, что общепризнанной столицей моды являлась Франция, создателем моды от-кутюр стал англичанин Чарльз-Фредерик Ворт.

Рис. 1 Чарльз-Фредерик Ворт



<https://mirfrance.ru/>

Чарльз-Фредерик Ворт родился в 1825 году. Именно он заложил традиции создания моделей одежды как произведений искусства, они создавались полностью вручную. Он первым начал помечать своим именем вещи. До этого портной всегда оставался «в тени», а вся слава доставалась тому человеку, который носил наряд. К созданным им платьям Ворт пришивал ленточку со своим именем. Кутюрье вдохновился этой идеей у живописцев.

Раз в год выходила новая коллекция Дома Worth. Благодаря этому мода начала обновляться значительно быстрее, чем прежде. Следовательно, значительно возросли и доходы модельера. Именно этот дизайнер ввел в мир моды профессию манекенщицы. Не все именованные клиентки могли себе позволить часто приезжать в Париж на примерки, а некоторые дамы вообще одевались инкогнито. Для этого Ворт придумал нанимать «дублеров» - девушек, фигуры которых идеально совпадали с фигурами клиенток. Можно сказать, что это были первые девушки-манекенщицы, на них он делал примерки, а также демонстрировал платья своим заказчицам. До Ворты использовались только искусственные манекены. Он же изобрел и дефиле. Считается, что самой первой моделью стала Мари Верне – помощница и по совместительству жена Ворты. К числу нововведений Ворты можно отнести и то, что он первым придал моде определенный ритм, начав выпускать сезонные коллекции.

Рис. 2 Мари Верне



<https://www.pinterest.ru/>

В 1868 году Ворт основал в Париже Синдикат высокой моды, который существует и по сей день, а в начале XX столетия на всемирной выставке сформировалась новая каста кутюрье. В действительности кутюрье можно было бы назвать всех модисток и портных, которые на протяжении многих веков одевали высшую прослойку населения. Синдикат включил в себя все салоны, в которых одевались представители общественной элиты. Только лишь модельеры, которые в него входили, имели право именовать себя гордым званием Кутюрье. Для того чтобы войти в их круг, необходимо было соответствовать множеству требований: быть владельцем модного Дома в Париже со штатом в не менее 20 человек на полной занятости, показывать свои коллекции на Парижской неделе моды два раза в год, при этом в каждой коллекции должно было быть не менее 50 оригинальных моделей. Количество обязательных оригинальных моделей менялось с течением времени. Так в начале 1990-х годов количество моделей увеличилось до 75 в год, а в начале 2000-х - уже вполне было достаточно 50 моделей. Так происходило и с численностью работников – к концу 1990-х требуемые условия были упрощены. Таким образом, в Синдикат высокой моды были приняты Т. Мюглер и Жан-Поль Готье. Ко всему вышесказанному можно добавить то, что Ворт создал Синдикат, желая защитить именитых дизайнеров от копирования их оригинальных моделей. Синдикат выполняет важную функцию — отвечает за охрану прав своих членов.

Члены Синдиката отшивают свои модели преимущественно ручным способом, лишь 30% машинных строчек может присутствовать в таком изделии. В своей статье Тереза Гарольд пишет о том, что дизайнер создает одежду для клиентов по индивидуальной мерке, при этом вызывая их на одну или более примерок. (Гарольд 2017).

Кутюрье с полным правом можно приравнять к художникам, ведь их произведения - это вещи, изготовленные исключительно вручную из дорогих и качественных материалов, их отличают художественная ценность и высочайшее мастерство.

Чарльз-Фредерик Ворт, умевший одинаково хорошо одевать как дам высшего света, так и дам полусвета, был настоящим законодателем моды. Его имя было гарантией элегантности и хорошего вкуса. Модный дом Ворта удерживал лидирующие позиции вплоть до начала XX века. А после смерти главы компании, у ее руля встали его сыновья Гастон Ворт и Жан-Филипп Ворт.

1.3. Дома высокой моды во второй половине XX века

Вторая половина XX века осталась в истории как неоднозначное время, как в контексте моды, так и в контексте социально-экономических условий. С одной стороны, это была «эпоха изобилия»: 1950-е годы стали «золотым десятилетием» моды от-кутюр, создавались новые способы получения прибыли. С другой стороны, высокая мода доживала свои последние благополучные дни, а ей в затылок уже начинал дышать ее опасный конкурент – мода прет-а-порте.

После войны, именно средний класс стал диктовать и создавать моду. В это время начало формироваться «общество потребления».

Исследуя историю костюма от античности к современности, Р. Захаржевская так характеризует моду XX века: «двадцатый век - это век становления принципиально новых основ общественно-политической жизни, век становления новых идеалов и нового внешнего вида. В истории материальной культуры и в истории костюма этот период в контексте своих основных принципов остается неизменным и до сих пор не имеет совместных принципов в создании единого стиля в одежде». (Захаржевская 2007: 192)

В дальнейшем автор приводит определение программных пунктов, которые являются коррективами в скоротечном процессе развития моды XX в. и держат ее в определенных нормах, а именно:

а) революционное уничтожение социальных ограничений в моде и ее демократизация;

б) революционная замена форм, особенно в женском костюме. Исчезновение ложности, накоплений, статуса длины ткани;

в) целесообразность большей или меньшей степени становится главным цензором моды;

г) возникновения принципиально новых видов одежды, продиктованные новыми условиями жизнедеятельности людей – научно-технический прогресс, развитие новых видов спорта, изменение быта и режима времени, появление новых профессий, изменением статуса женщины в связи с взаимодействием с мужчиной и обществом;

д) господства массового производства в промышленности и господства массовой формы потребления моды. (Захаржевская 2007: 194, 195)

В этой обстановке и родился главный стиль 1950-х гг. — «*New Look*» — «новое направление», или «новый взгляд» на образ женщины. Стандарты для массовой культуры в 1950-е гг. рождала высокая мода. «Нью лук» в своем подлинном воплощении был доступен лишь элите, но обещал благополучие и элегантность всем.

Частая смена моды, культ элегантности, новая роскошь и настоящий парижский шик «нью лук» в полной мере соответствовали и психологическим, и экономическим потребностям «общества потребления». Потребление напоказ требовало соответствия неким стандартам, что вызвало настоящий террор «хорошего вкуса».

New Look (англ. - *Новый вид*) - элегантный, женственный, романтичный стиль одежды, предложенный Кристианом Диором в 1947 году. Представляет образ «идеальной женщины» с тонкой талией, хрупкими плечами и изящными бедрами. Для *New Look* является важной форма модели (три ведущих силуэта: «широкий клешевый», «овальный», «прямой»), тщательный подбор аксессуаров.

Рис. 3 Кристиан Диор: «New Look». 1947 г.



<https://j-e-n-z-a.livejournal.com/>

В 1930-1940 годы сформировался принципиально новый женский тип — активная, решительная спортсменка, работает наравне с мужчинами. В моде — загар, крепкое худое тело, короткие стрижки. В 1940-е годы этот образ стал еще более «суровым», поскольку женщины стран Европы и Америки испытали на себе победы войны. Как обычно бывает в истории моды, за периодом аскетизма последовала эпоха расточительной роскоши: стиль, предложенный Кристианом Диором, появился как реакция на строгость и умеренность предшествующего периода. Новый взгляд модельера на «новый облик женщины» - это попытка вернуть женщине забытую элегантность и загадочность. В моду вошли корсеты, утягивающие талию до 50 см., возродилось применение кринолина. На пошив одного платья Диор тратил от 9 до 72 метров ткани; весили они до 30 кг.

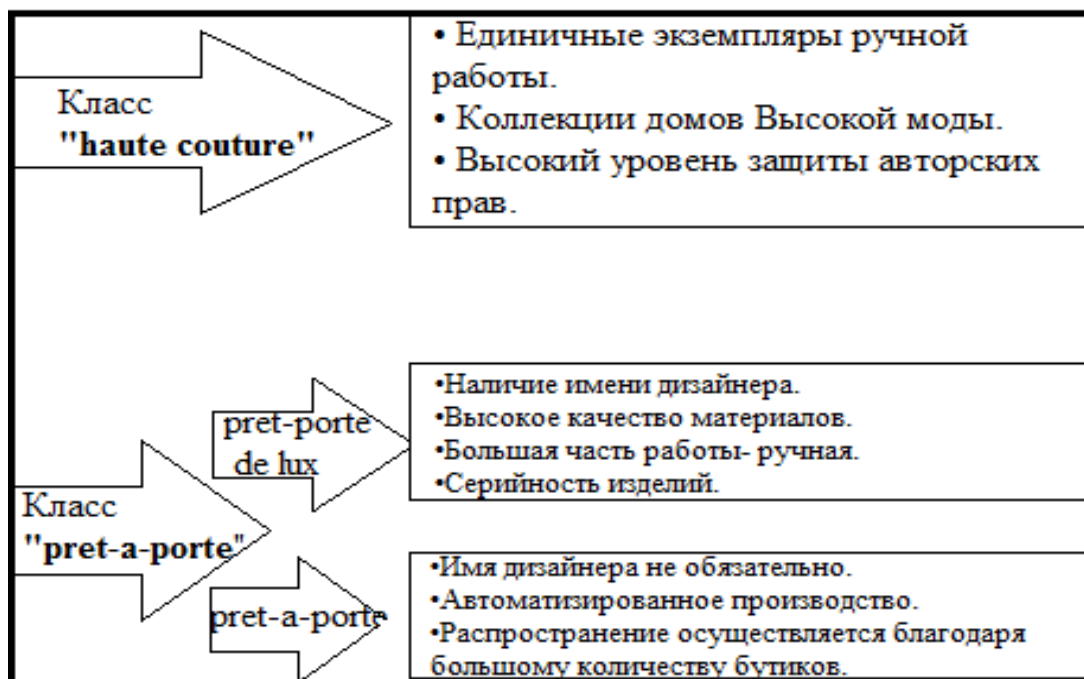
New Look критиковали многие, кому-то он казался излишне расточительным. Однако, модные показы каждой коллекции вызывали большой успех, поскольку стиль создал совершенно новый образ женщины. Женщины, уставшие от тягот войны, наконец-то получили возможность быть женственными, утонченными и слабыми. Диор говорил: «Мы оставили за собой эпоху войны, форменной одежды, трудовой повинности для женщин с широкими плечами боксера. Я рисовал женщин, напоминающих цветы, нежно-выпуклые плечи, округлые линии груди, лианоподобные стройные талии и широкие, расходящиеся к низу, как чашечки цветка, юбки».

В ходе становления и эволюции индустрии моды, то есть в процессе преобразования бизнеса отдельных субъектов в структурированную и четко организованную систему, производители модного продукта, как субъекты индустрии моды, попали в зависимость не только от создателей моделей модной одежды (модельеров и дизайнеров), но и от тех, кто производил сырье и материалы для создания моделей модной одежды (производители первичного сырья). Поэтому, чтобы создать модный продукт, актуальный на определенном отрезке времени, необходимо было за несколько сезонов усовершенствовать технологии производства в текстильной (выращивание сырья) и химической (разработка и производство востребованных красителей) отраслей промышленности. (Чуприна 2014)

Период становления и расширения в передовых странах производителях модной одежды (Франция, Италия, Великобритания, США), промышленного ее тиражирования, определил разделение производства одежды как модного продукта на два отдельных, хотя и взаимосвязанных уровня: модная одежда категории «Haute couture» и «pret-a-porte». Это произошло в середине XX века, 60-ые и 80-ые годы которого стали звездным часом для выдающихся кутюрье и их последователей в Домах Высокой моды, которые они основали. Среди имен, которые заслуживают упоминания в данном контексте - Коко Шанель, Кристиан Диор, Ив Сен Лоран, Юбер Живанши и др. (Чуприна 2014)

Критериями для распределения модной одежды на классы является специфика организации разработки и производства, а также сегмент массового потребителя модной одежды того или иного класса. По данным этой классификации, весь спектр модной одежды на современном *fashion*-рынке можно разделить на следующие классы: haute couture, pret-a-porte (pret-porte de lux, и, собственно, pret-porte), bridge (low-bridge, middle-bridge, high-bridge), moderate (массовая одежда), mass-market (retail, budget, non-brand) – одежда эконом-класса. (Чуприна 2014)

Классификация линий одежды в современной сфере высокой модной индустрии.



<https://www.visnik.org/>

Период 1960-1970 спровоцировал парадоксальную ситуацию в становлении моды как индустрии — массовое тиражирование дизайнерской одежды как модного продукта обусловило его доступность, и как результат — эффективность одежды «*haute couture*» упала до минимума, потому что цена таких изделий перестала соответствовать их социальной демонстративной значимости.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что во второй половине XX века модная одежда является не только модным продуктом, но и способом формирования и распространения «имиджа бренда» среди широких слоев потенциальных потребителей. С другой стороны, повышение уровня успешности бренда и увеличение уровня продаж его модного продукта происходит за счет массового производства одежды классов «*pret-a-porte*».

1.4. Высокая мода будущего

В наш век массовой культуры остро стоит вопрос о целесообразности высокой моды. Сегодня большинство марок поддерживают идею разумного потребления

материалов, в то время как кутюр подразумевает под собой использование огромного количества неприлично дорогой ткани и тысячи часов ручной работы. Так же встает вопрос об уместности домов мод с визуальной точки зрения. Современная мода весьма демократична - минимализм, спорт и нормкор давно уже стали неотъемлемой ее частью. Насколько актуально будут выглядеть необъятные кринолины, затянутые в корсет талии и вышивка в духе ар-деко? Все это кажется уже давно забытым прошлым, но так ли это на самом деле и в каком направлении движется мода?

В последнее время четко обозначилась тенденция возрождения старых кутюрных домов. Это стало возможным благодаря усилиям талантливых дизайнеров и предпринимателей. Речь идет о таких домах как Schiaparelli, Vionnet, Paul Poiret, Charles James и о множестве других. Добавило удивления общественности и то, что именитый кутюрье Жан-Поль Готье закрыл свою линию прет-а-порте и сосредоточился только на от-кутюр. В 2015 году он показал прощальную коллекцию прет-а-порте на Парижской неделе моды.

Из всего этого можно сделать вывод, что мода делает неожиданный поворот в сторону возвращения к кутюру. Стоит заметить, что в современном мире кутюр – это скорее имиджевая история, помогающая сохранить гламурную историческую ауру вокруг марки. С точки зрения бизнеса, маркам невыгодно выпускать кутюрные коллекции, поскольку цена только за одно такое платье от-кутюр превышает 20 000 евро. Конечно, у современного кутюра имеется своя аудитория, хоть и небольшая – около 2000 человек, прежде всего со Среднего Востока. Но все же, выпуская коллекции от-кутюр, стоящие огромных средств, компании получают лишь 10 % прибыли.

Единственный выход для брендов как удержаться на плаву – коллекции прет-а-порте, парфюмы и аксессуары, и как раз тут в игру вступает известное имя и многовековая история марки, невзирая на то, что последняя коллекция под ее началом была выпущена 50 лет назад. Предприниматели, ставшие у руля «воскресших» домов мод уверены, что сначала нужно поработать на имидж, а потом имидж будет работать на тебя. Под работой на имидж подразумевается выпуск нескольких кутюрных коллекций.

Впрочем, некоторым маркам удалось вернуться из небытия совершенно без помощи от-кутюр. Таким домам как Balmain, Rochas и Carven вернуться в индустрию помогли заботливые руки молодых и продвинутых креативных директоров.

В итоге сколько угодно можно говорить о рентабельности и нерентабельности кутюра, для большинства людей «мода – это то, что функционирует здесь и сейчас».
(Ива 2014)

Однако можно заметить, что мода, как и многое другое, вращается по кругу. Мода всегда отражает современные тенденции. Через историю и мастерскую работу с архивами легче разглядеть настоящее и считывать тенденции. Если дизайн обновленных марок становится чище — очевидно, в моде минимализм, если проще — комфорт, если авангарднее — звоночек — время разряжаться. Прямо сейчас мы наблюдаем удивительный и редкий период перерождения десятка забытых марок; момент, когда история становится осязаемой, и его совершенно точно стоит запомнить.

Как известно, одежда давно стал предметом внимания сфер, на первый взгляд, не связанных с модой. Имеются в виду новейшие разработки в области медицины, которые привлекают научные новинки смежных отраслей — телекоммуникаций, микроэлектроники, химической и текстильной промышленности. Сегодня человечество интересуют, прежде всего, инновации для создания одежды-детектора здоровья человека, спортивной одежды нового поколения, которая мгновенно испаряет влагу и поддерживает нормальную температуру тела человека, одежды для младенцев, которая бы указывала родителям на настроение ребенка и его потребности.

Модная одежда — это не только то, что существует между haute couture и pret-a-porte. Кроме искусственного и серийного производства одежды существует едва ли не главное направление — концептуальный дизайн. В его основе лежат философские футуристические идеи, которые формируют общий образ человека будущего. Дизайнеров, которые сегодня создают не потребительское, а концептуальное будущее, немного. К ним относится Хусейн Чалаян, британский модельер происхождения из Кипра, известный своей уникальной способностью проектировать интеллектуальные вещи, опережают свое время. Он покорила мир мышлением ученого и фантазией художника. Хиллари Александер, фэшн-обозреватель Daily Telegraph, говорит: «Это то, для чего существует мода. То, чего вы никогда не могли бы даже представить в качестве готовой одежды». (<http://www.grunia.com>)

2. Возникновение прет-а-порте

Выше мы уже познакомились с понятием моды от-кутюр. В 1950-е годы появляется такое понятие как прет-а-порте, которое буквально расшифровывается как «готовый к носке». Как пишет в своей книге Ермилова Д. Ю.: «прет-а-порте — это готовая одежда высокого качества, на которой стоит имя известного модельера либо известная торговая марка». (Ермилова 2003: 124)

Отцом направления прет-а-порте стал французский кутюрье итальянского происхождения Пьер Карден. Он стал первопроходцем этого направления, активно занимаясь его разработкой и внедрением в бизнес. Он чувствовал, что именно массовой моде принадлежит будущее, за что и был исключен из Синдиката высокой моды.

Пьер Карден родился в 1922 г. в Италии недалеко от Венеции (его настоящее имя Пьеро Кардино), но вырос во Франции, куда в 1925 г. переехала его семья. Изучал архитектуру в Париже. Во время войны он работал во французском Красном кресте, затем на швейном предприятии в Виши, где шил женские костюмы. В 1944 г. Пьер Карден вернулся в Париж и устроился на работу в Дом «Пакэн», потом — «Скьяпарелли», познакомился с Ж. Кокто и К. Бераром. Вместе с Бераром в 1946 г. сделал костюмы для фильма Ж. Кокто «Красавица и чудовище» (вышел в 1947 г.). В 1946 г. стал ассистентом К. Диора. С 1949 г. создавал костюмы для театра, в 1950 г. открыл собственное маленькое ателье, где делал костюмы и маски для театра, в том числе и костюм льва (для К. Диора) для знаменитого «Бала королей и королев», который устроил граф Э. де Бомон. В 1951 г. показал первую коллекцию женских платьев и костюмов, состоявшую всего из 50 моделей; в 1954 г. открыл бутик «Ева», в 1957 г. — «Адам». (Саме 2010)

Рис. 4 Пьер Карден



<https://images.app.goo.gl/>

В 1959 году он выпустил коллекцию готовой одежды под своим именем для немецкого торгового дома «Herti» и французского дома «Printemps». Представители Синдиката восприняли это как урон имиджу высокой моды. Но время все расставило по своим местам, и буквально через год представители практически всех домов мод начали выпускать коллекции прет-а-порте, а мода от-кутюр вышла из моды.

Модная одежда прет-а-порте - это класс высококачественных, оригинальных по дизайну изделий, которые разрабатываются, как правило, Домами Высокой моды или дизайнерскими фирмами, созданными известными кутюрье под своим именем (например, Карл Лагерфельд, будучи ведущим дизайнером Дома Высокой моды «Шанель», также выпускает коллекции модной одежды класса «pret-a-porte» под своим собственным именем).

Одежда этого класса разрабатывается не для индивидуального клиента, а для незначительных групп клиентов высокой степени важности или публичности, поэтому выпускается незначительными сериями в полном размерном ряду. Часто, эта одежда позиционируется как уникальные разработки Дома Высокой моды, а потому продается в фирменных магазинах и бутиках, принадлежащих этому Дому моды. Однако, стоимость этих моделей, все же, существенно отличается от стоимости моделей "haute couture». К классу «прет-а-порте» также относят модели модной одежды, которые разрабатываются не в Домах высокой моды, а в дизайнерских фирмах для массового производства. В таком модном продукте чаще всего оказываются модные тенденции текущего сезона, и он не производится большими

тиражами как одежда массового производства, с элементами унифицированного дизайна.

Прет-а-порте — модели готовой одежды, поставляемые крупными модельерами в массовое производство. Одежда продается как в маленьких магазинах — бутиках, так и в крупных универсальных магазинах. Эти модели могут быть созданы вне салонов мод, для массового производства, но также в более эксклюзивном порядке по дизайнам ведущих модельеров. (Демина, Климов, Мерзлякова 2014)

Модная одежда класса «прет-а-порте» состоит из двух подклассов:

1. «Прет-а-порте де люкс» - это модный продукт, которому присваивается имя дизайнера. Создатели позиционируют его как «умеренную вариацию» модной одежды «haute couture», поэтому выставляют для продажи в собственных монобрендовых бутиках. К основным характеристикам модной одежды этого подкласса относятся следующие:

- незначительная серийность моделей одежды;
- использование стандартизированных параметров размерности одежды, принятых в стране производителю;
- использование высококачественных материалов и фурнитуры;
- исполнительское мастерство высокого уровня, с частичным использованием ручной работы;
- индивидуально разработанная стратегия франчайзинга;
- распространение модного продукта через собственную сеть монобрендовых бутиков и тщательный отбор представительства в мультибрендовых магазинах.

С этим подклассом модной одежды работают такие дизайнерские бренды: Cavalli, Gucci, Ralph Lauren, Christian Lacroix, Sonia Rikel, Armani, Gianfranco Ferre, Kenzo, Yohji Yamamoto, PaCO Rabanne, Versace, Emmanuel Ungaro, Galliano, Christian Dior, Vivienne Westwood, Oscar dela Renta и др.

2. «Прет-а-порте» - это модный продукт, для позиционирования которого имя дизайнера, модельера или Дома моды использовать в названии не обязательно. Их создатели часто продвигают свою продукцию через мультибрендовые магазины, не имея собственных монобрендовых бутиков. К таким фирмам относятся: Max Mara, Victor and Rolph, Comme de Garsons, Ann Demeulemeester, Missoni, Byblos, Barbara Bui, Etro, Calvin Klein, Plain Sud, Anna Sui, EXTE, COSTUME NATIONAL, Joop и др.

В 1948 г. состоялась первая ярмарка промышленной моды в Дюссельдорфе, в 1951 г. — первые показы женской моды во Флоренции, с 1956 г. проводится массово в других городах Европы. Эти и другие города дважды в год, во время презентации

сезонных коллекций, становятся настоящими столицами моды (в Дюссельдорфе четыре раза в год проходят выставки женской одежды). В Париже проводятся недели прет-а-порте, в Милане — показы коллекций женской готовой одежды (первый прошел в 1969 г.), показы мужской моды и трикотажных изделий (с 1975 г.). В Дюссельдорфе — показы женской моды, в Кельне — показы мужской моды, выставка детских и юношеских товаров, в Нью-Йорке — показы женской и мужской моды.

Уже в 1950-е гг. появились известные до сих пор торговые марки готовой одежды, например «Клаус Штайльманн» в Германии, «Мард-зотто» в Италии. Возникла новая профессия — дизайнера (стилиста), который разрабатывает прототипы одежды для массового производства на основе модных стилей. Одним из самых известных стилистов во Франции был Жак Эстерель, ставший популярным с 1958 г. Несколько позднее (в 1962 г.) открыл свою фирму Даниэль Эштер. Брижит Бардо, носившая в фильмах свадебные платья от известных кутюрье, для своей собственной свадьбы с миллионером Жаком Шаррье предпочла готовое платье Ж. Эстереля, заявив, что кутюр — это для стариков.

В готовой одежде уже активно использовали новые синтетические ткани — прежде всего нейлон (и его аналоги — перлон, дралон, капрон), которые постепенно вытесняли дорогие шелк и шерсть. Нейлон вытеснил шелк и как материал для чулок и нижнего белья. (<https://studme.org/>) (Ермилова 2003)

Классификация брендов на fashion-рынке

<i>Тип бренда</i>	<i>Категория</i>	<i>Ценовая политика</i>	<i>Пример</i>
1	2	3	4
Дизайнерский	haute couture	1000-65000 \$	Chanel, Dior, Givenchy
	prêt-a-porte de luxe		Hermes, Gucci, Dior, Versace, Armani
	prêt-a-porte		Armani Collezione, DonnaKaran, Calvin Klein
	диффузные бренды		DKNY,CK Jeans, Versace Jeans Couture
Бридж-бренды	торговые марки розничных продавцов	4000-1000\$	Apriori, Cavita, Cacharel, IKKS, Zadig&Voltare, Morella, Stefanel
	фабричные торговые марки		Jones New York
Умеренные бренды	частные торговые марки	1000-500\$	Kmart's Jacklyn Smith
	локальные торговые марки		Liz Clairborn
Массовый рынок	mass-market	100-500\$	Benetton, Zara, Guess, Mango

<https://www.visnik.org/>

3. Феномен от-кутюр в России и Чехии

3.1. Российские дома мод и модельеры.

Российской модной индустрии меньше тридцати лет. Когда распался Советский Союз, заводы и фабрики пришли в упадок. Малая часть из них приспособилась, остальные были закрыты и заброшены. Лёгкая промышленность осталась без государственных заказов и средств для существования.

В России до революции 1917 года дома моды были, в основном, в Санкт-Петербурге, и меньше — в Москве. Самым престижным был Дом Бризак, открытый в 1855 году. Клиентками Дома Бризак были императрица и великие княжны, жены придворных, фрейлины. Популярными были Дом Гиндус и Дом Ольги Бульденковой, которые также одевали придворных дам. После революции дома моды были закрыты. (Картавая 2017)

В 1885 году в Москве открыла портновскую мастерскую и школу прикладного искусства Надежда Петровна Ламанова. Её мастерская приобрела популярность в среде актеров, художников, режиссеров. Клиенткой Ламановой была императрица Александра Федоровна, княжны, прима-балерины Мариинского театра Матильда Кшесинская и Анна Павлова, актрисы Ольга Книппер-Чехова и Вера Холодная и другие. По приглашению К. С. Станиславского Н. П. Ламанова работала в Московском Художественном театре художником по костюмам. Платья Н. П. Ламановой хранятся в частных коллекциях, театрах, музеях, например: Эрмитаже в Санкт-Петербурге, Метрополитен-музее в Нью-Йорке. (Картавая 2017)

После революции Н. П. Ламанова осталась в России. В 1919 году по ее инициативе открыта Мастерская современного костюма, которая разрабатывает модели простой одежды, рассчитанной на широкие слои населения. В 1925 году на международной выставке в Париже платья Н. П. Ламановой в русском стиле произвели фурор. В 1923–1924 годах пыталась создать школу моды в Советской России — Студию художественного производственного костюма. (Новая газета 2003)

Понятие «Советский Дом мод» появилось в 1930-е годы. Это были модные ателье или опытно-технические лаборатории: Дом моделей Мосторга, отдел модельных платьев при Центральном универмаге Наркомвнутторга СССР, Дом моделей треста «Мосбельё», отдел модельных платьев опытно-технической фабрики треста «Мосшвейя».

Первый в СССР Дом моделей был создан в 1934 году, его художественным консультантом долгое время являлась Н. П. Ламанова, а руководителем стала модельер Надежда Макарова, племянница Ламановой. В 1938 году, после объединения Дома моделей с опытно-технической швейной фабрикой треста «Московшвей», появился Московский Дом моделей. В Доме моделей работали талантливые мастера: Надежда Сергеевна Макарова, Фекла Антоновна Гореленкова, Елена Федотова, Елена Райзман, Александра Лямина. (Осипенко 2019)

В 1944 году в Москве, по адресу: улица Кузнецкий мост, дом № 14, открылся новый Дом моделей, который разрабатывал перспективные модели одежды для советских людей. Швейные фабрики изготавливали одежду по лекалам успешных модельных образцов. Московский Дом моделей шил небольшими партиями новые модели одежды и реализовывал их через коммерческие магазины и спец универмаги. В 1945 году Московский Дом моделей начал проводить показы мод для населения. Модели демонстрировали манекенщицы, показы сопровождались комментариями искусствоведов. (Картавая 2017)

Джон Гюнтер, американский обозреватель, в своей книге «Россия сегодня» в 1957 году написал: «Одной из невероятных достопримечательностей города является Дом моделей, модный дом на Кузнецком мосту. Это советский эквивалент Баленсиаги или Кристиана Диора. Вход стоит 5 рублей. Там вы можете увидеть три или четыре раза в день демонстрации мод». (Потемкина 2014)

С 1948 года Дом моделей переведён на государственное финансирование, вследствие чего прекратилось мелкосерийное и экспериментальное производство новых моделей модной одежды. В этом же году Московский Дом моделей реорганизован в Общесоюзный Дом моделей одежды. К 1949 году организовано 12 республиканских и областных Домов моделей, которые были объединены в единую систему во главе с Общесоюзным Домом моделей одежды. Единая система модельных домов существовала до 1990-х годов. В Доме моделей на Кузнецком мосту работали талантливые руководители и мастера: Анна Бланк, Вера Аралова, Антонина Донская, Людмила Турчановская, Валерия Горовиц, Татьяна Ксенофонтова, Татьяна Осмеркина, Вячеслав Зайцев, Александр Игманд и многие другие. (Потемкина 2014)

В Доме моделей на Кузнецком мосту работали талантливые руководители и мастера: Анна Бланк, Вера Аралова, Антонина Донская, Людмила Турчановская, Валерия Горовиц, Татьяна Ксенофонтова, Татьяна Осмеркина, Вячеслав Зайцев, Александр Игманд и многие другие.

В 2002 году владельцем Дома моделей стала группа МДМ, большинство из 150 сотрудников было уволено. В январе 2003 года Дом моделей закрыли, архивы частично утеряны, здание продано и в настоящее время в нем располагается магазин одежды «Podium concept store».

Ещё лет десять назад сложно было представить, что одежда российских дизайнеров будет способна конкурировать с западными брендами – и не только на отечественном рынке, но и по всему миру. Долгое время мода в России была гораздо больше шоу, чем бизнесом. Возможно, это было связано с тем, что в России никогда не существовало моды в том понимании, в каком она существует, например, во Франции: знаменитые модные дома, откуда поступают «руководящие указания» всему миру, что и как носить.

Уже более 100 лет, начиная с эпохи Поля Пуаре, на феерические вечеринки которого стремился весь французский бомонд того времени, ведущие дизайнеры моды изобретают не только силуэты, но и собственную легенду. И в случае с популярными сегодня на западе российскими кутюрье можно сказать, что популярными становятся те, кто ведет активную публичную жизнь. Одним из самых известных является Вячеслав Зайцев — дизайнер с мировым именем.

Рис. 5 Коллекция Вячеслава Зайцева в стиле модерн.

В центре фото, сам модельер.



<https://beautyshoprussia.ru/>

Первым в стране Вячеслав Зайцев открыл собственный Дом моды. В 1982 году он возглавил Дом моды, созданный на базе фабрики № 19, занимавшейся

индивидуальным пошивом, долгое время был единственным модельером. Дом моды Вячеслава Зайцева ежегодно создаёт сезонные коллекции, представляет их на российских и иностранных подиумах. Сегодня Дом моды Вячеслава Зайцева — это экспериментальный цех, салон индивидуального пошива с использованием эксклюзивных тканей, демонстрационный зал, Театр моды. С 1997 года существует «Лаборатория моды», в которой обучаются талантливые студенты — будущие модельеры. Дом моды Вячеслава Зайцева моделирует одежду для «первых леди», российских артистов, спортсменов, новую форму для работников милиции (в 1991 году). (<http://subscribe.ru>)

Дом моды с демонстрационным залом и небольшим музеем «Валентин Юдашкин» открылся в Москве в 1993 году. В 1996 году Дом моды В. Юдашкина стал первым Домом высокой моды Haute Couture в России. В Доме моды Валентина Юдашкина проходят практику студенты — будущие дизайнеры. Кутюрье планирует открыть Академию моды, создать российский Музей костюма, где можно будет увидеть платья ручной работы. Дом моды Валентина Юдашкина проектирует костюмы для олимпийских сборных, форму для российской армии, шьет одежду для политиков, артистов. Так же на сегодняшний день самыми популярными в России, помимо Домов моды «Слава Зайцев» и «Валентин Юдашкин», являются следующие Дома моды: «Вемина» (художественный руководитель Елизавета Романюк, основан в 1991 году), «Александра Серова» (основан в 2011 году), «Чапурин» (основан в 1998 году дизайнером Игорем Чапуриным), «Лидия Соселия» (основан в 1987 году), «Вива Вокс» (основан в 1997 году), «Татьяна Парфенова» (основан в 1995 году), «Виктория Андреянова». Популярные российские Дома моды одевают не только звезд кино и шоу-бизнеса, телеведущих, политиков, банкиров, а также изготавливают качественную и модную одежду класса pret-a-porter, то есть готовую одежду для массового производства.

В декабре 2016 года в Москве, в торгово-гостиничном комплексе «Киевский», открылся «Дом Российской Моды» — Russian Fashion Roots. Это не просто магазин, в котором представлены коллекции более 400 дизайнеров из России и стран СНГ, предполагается, что здесь будут проходить регулярные мероприятия — показы новых коллекций, фотосессии, презентации, выставки, акции. По замыслу автора проекта компании Russian Fashion Roots, Дом Российской Моды объединит «модных людей, сильнейших дизайнеров, молодые дарования, талантливых стилистов, успешных предпринимателей и вообще всех тех, кто неравнодушен к русской моде». (Новая газета 2003)

Один из наиболее известных в Европе и США российских дизайнеров – Алена Ахмадуллина. Сложные мифологические образы и языческие мотивы ее принтов цитируются ведущими модными изданиями все последнее десятилетие. Еще один дизайнер со своим почерком – Вика Газинская. Она прекрасный стилист, и ее публичный образ и стиль – лучший символ собственного fashion-ДНК. Талант, как и активная социальная жизнь, помогли ей также стать успешной и востребованной. (Картавая 2017)

Рис. 6 Коллекция Алены Ахмадуллиной



<https://24smi.org/>

В США активно развивается и бренд VASSA, при этом он работает не только с инновационными мультибрендами, но и с крупными американскими сетями. В числе успешных можно также назвать Андрея Артемова (Walk of Shame) или марку дорогих кожаных аксессуаров с монархической символикой бренда IRFE. Этот бренд 1920х – парижский дом моды Феликса и Ирины Юсуповых – был возрожден москвичкой Ольгой Сорокиной и на данный момент представлен в 23 странах мира.

Среди дизайнеров, которые шумно прорвались на Запад, – Газинская, Ахмадуллина, Сергеенко, Рубчинский, Артемов и другие. В то же время некоторые дизайнеры делают ставку на развитие своего бренда прежде всего внутри страны и имеют значительный успех. Это выражается в высокой узнаваемости и значительных продажах. Среди таких дизайнеров – Виктория Андреевна, Кирилл Гасилин, Vemina (Юлия Янина), Игорь Чапурин, Елена Шипилова и, безусловно, мэтры – Вячеслав Зайцев и Валентин Юдашкин.

3.2. Чешские дома мод и модельеры

История моды в значимой мере является историей человечества. Отдельные периоды развития каждой страны, каждого народа, налагают отпечаток на одежду людей. Из исторических источников предполагают, что в Праге и других городах существовали большие ремесленные мастерские, где женщины ткали, пряли и шили одежды. Хроники свидетельствуют, что в Пражском Граде было около 30 портных. Все ремесленники были крепостными.

Из других источников мы узнаем, что такие мастерские были при отдельных крепостях в разных жупах (жу́па – это единица административного деления) Чехии, и что готовая продукция отвозилась в Прагу. Согласно источникам XII века, на Пражских рынках сшитой одеждой торговали оптом. В XIV веке большой популярностью пользовались чешские капюшоны (т. н. куколь), которые украшали голову как ореол, о чем упоминается в Лимбургской хронике 1389 года.

Впрочем, чешская мода в период Люксембургов была известна по всей Европе. В 1382 году ее привезла с собой в Англию принцесса Анна, которая была выдана туда замуж. Большим спросом пользовались также и чешские куртки для мужчин, подбитые ватой, которые изготавливались в Праге и вывозились за границу. Юбки, которые носили и мужчины, и женщины, по-французски называемые *sousquenie*, в средневековой латыни известные под названием *soscania*, возникли, вероятно, также в Чехии.

Своего расцвета чешская средневековая мода достигла при дворе Вацлава IV, когда фасон костюма, его украшения и общий крой были наиболее совершенны. Именно тогда ей даже удалось взять верх над модой французской, вызывавшей смех своей эксцентричностью, и удержать ее в рамках гармонии и элегантности. Иллюстрированные рукописи, которые создавались для библиотеки Вацлава IV и его супруги Софии, изобилуют не только веселым остроумием, намеками на увлечения короля, изображенного в официальной обстановке и в частной жизни, но и служили основой для представления модного гардероба того времени. (<https://ruski.radio.cz>)

На данном этапе развития, Чехия не является законодательницей моды, в частности, как и Прага не является столицей моды. Но все же и здесь есть свои знаменитые чешские модельеры одежды и аксессуаров, которые создают уникальные коллекции, порой оцениваемые не только местными ценителями, но играющие некоторую роль и на мировой сцене.

Одним из самых известных чешских модельеров является Бланка Матраги. Вечерние и свадебные платья, которые модельер Бланка Матраги создает вот уже более тридцати лет, по праву считаются одними из самых дорогих и оцениваемых на чешском подиуме. Большое влияние на творчество и карьеру Матраги оказала жизнь в Бейруте, куда дизайнер уехала с семьей в 1980 году. В Бейруте она открыла свой салон Blanka Haute Couture, который занимался индивидуальными заказами по пошиву люксовой одежды для жен местных нефтяных магнатов, дипломатов и предпринимателей. Восточные мотивы до сих пор часто появляются в создаваемых Матраги образах. Работает модельер в основном с тонкими, летящими материалами, такими как шелк, шифон и кружево. Для произведений Матраги характерны яркие, насыщенные цвета, сложные узоры и аппликации, но, неизменно, женственные силуэты и плавные линии. За свой вклад в развитие современного дизайна Бланка Матраги получила несколько международных наград, например, награду Сальвадора Дали, а в 2003 году — титул Самой знаменитой женщины Чехии в мире. (<https://rupoint.cz>)

Рис. 7 Платье от Бланки Матраги



<https://images.app.goo.gl/>

Весомый вклад в развитие чешской моды сделала Беата Райска. Этот дизайнер создает собственные модели с 1997 года. Со своим одноименным брендом, Райска смогла достичь большого успеха на чешской модной сцене. Благодаря своим работам в 2009 году модельер получила титул LADY PRO от компании Comenius.

Также на данном этапе Катержина Гейзлерова является одним из самых успешных дизайнеров с чешскими корнями. Работает и творит она в Париже. Ею она отправилась завоевывать сразу после окончания французской художественной школы

LISA. Начало карьеры Гейзлеровой было очень успешным — она отлично показала себя на крупном французском конкурсе модельеров. В 2007 году модельер открыла собственный бутик вблизи музея Жоржа Помпиду, а в 2009 году запустила интернет-магазин, который является частью её сайта. Для моделей Катержины Гейзлеровой характерны женственные линии, подчеркивающие талию, шею и плечи. Более всего Катержина Гейзлерова предпочитает шить брюки, пальто и платья, но в ее коллекциях можно встретить также юбки и топы. Она любит натуральные материалы, такие как хлопок, шерсть и шелк. Несмотря на то, что модельер живет за границей, все модели изготавливаются в Праге. (<https://rupoint.cz>)

Якуб Поланка является самым знаменитым чешским дизайнером современности. Это первый чех, закончивший французский институт моды в Париже, который считается одним из самых престижных институтов в мире. Сразу в начале своей карьеры Поланка получил премию лучшего дизайнера сезона, после чего продолжает завоевывать одну награду за другой и по сей день. Живет и работает Поланка, правда, не в Чехии, а во Франции, в Париже. За свою короткую карьеру этот дизайнер уже успел поработать с такими знаменитыми домами моды, как Hermès и Louis Vuitton. От других дизайнеров Поланка отличается любовью к авангарду, экстравагантности и совершенно не боится показаться эксцентричным

Рис. 8 Работы Якуба Поланки



<https://images.app.goo.gl/>

Неделя моды в Праге, или Prague Fashion Week, проходит под покровительством Высшей школы прикладного искусства в Праге с 2010 года. За 5 лет концепция мероприятия изменилась от показов под открытым небом на знаменитой Парижской улице, до концептуальных дефиле в атмосферных исторических зданиях. С 2013 года дважды в год к Prague Fashion Week начали выпускать журнал Blue Paper на двух

языках. Издание посвящено стилю и моде и не связано с содержанием Недели моды. Акцент в нем сделан на интервью с интересными личностями, фотографии и графику. С 2014 года, когда генеральным партнером акции стала автомобильная компания Mercedes-Benz, Неделя моды в Праге вошла в международную семью престижных Fashion Week и стала называться Mercedes-Benz Prague Fashion Week. Если раньше модные показы в Праге шли всего 2 дня, в выходные, то теперь акция разрослась до полноценной недели и заняла почетное место в мире наряду с неделями моды в Сиднее, Москве, Стамбуле и Мехико. (<https://420on.cz>)

В 2015 году было решено проводить показы Prague Fashion Week в Музее современного стекла ZIBA в центре Праги. Это новый выставочный центр с экспозицией стеклянных изделий от лучших брендов, кофейнями и ресторанами. Он расположен в историческом здании бывшего Земского банка, построенного в 1896 году.

В Праге так же большое количество магазинов и бутиков, в которых представлены модные вещи известных мировых дизайнеров. В Праге есть и несколько магазинов, которые специализируются на одежде в стиле ретро. Например, элитный бутик Prague Vintage Store предлагает посетителям богатые коллекции винтажных вещей, выражающих самые яркие стили и тенденции прошлых лет. Также в этом бутике можно сшить винтажное платье из итальянских тканей в стиле 50-х или 60-х лет на заказ. (<https://420on.cz>)

В магической атмосфере Старого города в самом центре Праги можно найти магазин винтажной одежды Laly Vintage shop. Здесь продают туфли, сумочки, одежду, шляпы, аксессуары и многое другое. В этом магазинчике точно можно приобрести целый наряд для ретро-вечеринки.

3.3. Особенности модных стилей среди населения в России и Чехии.

Безусловно, растёт популярность торгового знака «сделано в России». Согласно социологическим опросам, для 72 % россиян тот факт, что товар произведен в России, положительно влияет на решение о покупке, а у 52 % опрошенных мотивацией стать обладателем именно российской одежды является «потребительский патриотизм».

Сегодня в стране появилось огромное количество интернет-магазинов российских марок. В основном это небольшие нишевые проекты, дизайнерская одежда и даже обувь. Этот тренд поддерживают все крупные российские ритейлеры как традиционной, так и интернет-торговли: в коллекциях практически всех

мультибрендовых магазинов всё большую долю начинают занимать российские модные бренды. Современная мода разных стран часто возвращается к своим истокам. Все больше дизайнеров ищут вдохновение в национальных традициях, используя отдельные элементы народных костюмов. Славяне издавна любили яркую одежду, где присутствовал красный, синий, зеленый цвет. Даже простые белые рубашки из льна пытались украсить вышивкой, присущей данному региону. Не забывали о таких элементах, как пояса, головные уборы, рукавицы и, конечно же, платки.

Сейчас в мире моды существует понятие «русский стиль». Его используют не только российские любители модных тенденций. Этот стиль можно встретить в коллекции миланских и французских знаменитых дизайнеров. Их привлекает яркость, самобытность и роскошь вышивок.

Основными признаками и характеристиками в «русском стиле» являются:

- ткань, которые используются для пошива платья в русском стиле, обычно натуральные. Это хлопок, штапель, лен. Иногда допускается небольшой процент синтетики, для облегчения ухода за вещами.

- футболка в русском стиле должны быть простого фасона, без глубоких вырезов, не сильно коротким, целомудренным и очень женственным. На Руси не принято было девушкам выставлять себя на всеобщее обозрение, восхвалялась скромность и женственность.

- все виды славянского платья очень узнаваемы. Это платья ярких цветочных рисунков и природных цветов. Часто в платье в русском стиле можно встретить элементы знаменитых на весь мир народных росписей. Это хохлома, гжель, рисунки павлово-посадских платков.

- современная мода в таком стиле не выглядит как народный костюм. Это красивые яркие наряды, которые приходятся по душе жительницам всех уголков планеты. Модные платья в русском стиле можно встретить на прилавках Нью-Йорка и Флоренции, Милана и Парижа. Благодаря уникальной работе мастеров, платья с элементами вышивки имеют высокую цену. Но, несмотря на это, многие современные девушки хотят его видеть в своем гардеробе. И это не только дань приходит моде, но и понимание ценности таких изделий.

Сарафан с давних времен был главным предметом женской одежды на Руси. Он имеет свободный крой, под его складками можно скрыть любые недостатки фигуры. Обнаженными остаются только руки и часть плеч. Современный сарафан может быть разным. Это и длинные, воздушные, легкие летние платья свободного кроя. Могут

быть сарафаны теплыми и приталенными, которые можно надеть на престижную работу в офисе.

Дизайнерская одежда в русском стиле актуальна во всем мире и до сих пор. Под влиянием национальных особенностей создается множество новых моделей одежды, украшенных своеобразными деталями, рисунками и орнаментами. Многие известные кутюрье современности не устают черпать свое вдохновение в народных традициях, подаренных нестареющим русским стилем.

Что касается населения, то трудно определить единый стиль одежды из-за огромных размеров страны, обладающей различными климатическими условиями, ментальными и этническими различиями. Поэтому тяжело говорить о моде среди населения России. К примеру, люди, живущие в европейской части России от Карелии до Черного моря, имеют совершенно разные предпочтения в одежде.

Если же говорить о Чехии, то ситуация кардинально отличается. В связи с малой территорией, ее компактностью и однородностью климатических условий, распространенность модных тенденции происходит значительно быстрее. Модные тенденции населения легко проследить в крупных городах страны, в частности в ее столице — Праге. Принято считать, что определенный стиль каждого города складывается годами и даже веками. Это касается и моды современной Чехии. Одежда пражан подчиняется не только тенденциям последнего времени. На нее влияли и все прошлые века. Еще в 16 веке есть свидетельства того, как скромна была чешка в своем наряде: «Она одета в грубую одежду из сукна, украшенную местами шелковой лентой. Поверх нее надет короткий плащ из меха и платок. Нижняя одежда состоит из шерсти, юбка складками. Вместо ботинок она обута в деревянную обувь или сапоги. Ее головной убор — обычная, довольно грубая шляпа, из-под которой выглядывает белая шаль, замотанная таким образом, что виднеется только лицо».
(<https://shimanovskadm.ru>)

По-своему уникальна мода и в Праге, пусть и в одном из центральных, но вместе с тем закрытом от внешнего воздействия, европейских городов. Почти абсолютное большинство жителей Праги мода не особо интересует. В связи с этим, в городе появилось два четко выраженных направления в манере одеваться: демократичный стиль и стиль небрежный.

Такая позиция хороша тем, что человек не тратит впустую массу времени, ломая голову продумыванием ежедневного гардероба. Однако, цена и качество одежды нередко напрямую зависят от служебного положения работника. В повседневной жизни чешские мужчины чаще всего носят брюки со свитером или рубашкой.

Женщины одеваются так же или в не яркие платья. Если намечается поход в дорогой ресторан, то принято одеваться как на формальную встречу. Некоторые аналитики считают, что чехи копируют американскую модель.

В целом, если сравнивать чехов с их соседями, то результаты явно не в пользу первых. По статистике интернет-магазина Zoot, в Чехии ситуация едва ли не самая печальная в Средней и Восточной Европе. Чехи тратят на одежду всего 2,8% своего дохода, в то время как их соседи в 1,5–2 раза больше. Словаки более отважны в выборе одежды и обуви, их интересует оригинальный дизайн, и они готовы за него платить. Румынки предпочитают более яркие цвета и чаще покупают обувь на каблук. Чешские покупатели спокойно относятся к модным тенденциям и не стремятся спустить деньги на сезонные веяния.

Ежегодно растет интерес туристов к пражскому шопингу, а знаменитые во всем мире дома моды уже давно увидели перспективу чешской столицы как отличного рынка сбыта. Есть такие, которые пользуются уже сегодня тем, что в Чехии всегда полно туристов, и пытаются порадовать их последними новинками моды. Получается, что у Праги в будущем есть все шансы на то, чтобы стать одной из самых модных европейских столиц.

Заключение

Мода в современном мире – это очень важный фактор формирования человеческой личности, проявление внутреннего состояния человека. Поэтому очень важно понимать и удачно использовать модные тенденции, цвета, текстуры одежды, чтобы они гармонировали с личностью.

Каждая страна отличается собственными представлениям о моде и красоте. На это влияют различные национальные черты, традиции и, конечно же, актуальные тренды. Например, стиль Франции кардинально противоположный британскому ощущению прекрасного. Одни отличаются романтическим, легким настроением, другие предпочитают застегнуться на все пуговицы. В этом и заключается вся прелесть и неповторимость фэшн-индустрии. Чтобы понять модные предпочтения той или иной страны, не нужно проводить сложных научных исследований. Достаточно просто прогуляться улочками того или иного города и обратить внимание на одежду местных жителей. Именно они транслируют те же локальные актуальные тренды.

Современная модная индустрия представляет собой самостоятельный сектор экономики, включающий в себя производство и сбыт модных товаров (одежды, обуви, аксессуаров).

В этой работе я пыталась проследить основные модные тенденции в России и Чехии. На основе проведенной классификации модной одежды как объекта индустрии моды и анализа ее как модного продукта, можно констатировать, что структура современного fashion-рынка функционирует на основе деятельности на нем дизайнерских брендов различных категорий (субъекты индустрии моды) относительно модной одежды разных категорий и классов (объекты индустрии моды).

Объектом исследования моей работы являлся феномен понятие «моды от-кутюр». Таким образом, на основе анализа литературных источников и в ходе исследования, можно сделать вывод, что мода от-кутюр, это современное явление, корни которого уходят на много лет в прошлое.

Literatura

Demina T.V., Klimov A.V., Merzlyakova A. N.: *Industriya mody kak samostoyatel'nyy sektor ekonomiki // Servis v Rossii I za rubezhom*, 2014.

Kartavaya M. N.: *Rossiyskiye doma mody: istoriya i sovremennost'*, 2017.

Kibalova L., Gerbenova O., Lamarova M.: *Sushchnost' i vliyaniye mody*, Praga 1966
«Novaya gazeta» redakciya: *Dve kapli Koti*. Novaya gazeta № 17 ot 06 Marta 2003.

Osipenko D.: *Dom modeley na Kuznetskom mostu*, Moskva 2019.

Potemkina O. F.: *Sozdaniye obshchesoyuznogo Doma modeley// Infoprostranstvo*, 2014

Same Zh.: *Vysokaya moda/per. s fr. — SPb.: «Azbuka-klassika»*, 2010.

Smit A.: *Teoriya nravstvennykh chuvstv*. Perevod s angliyskogo: Bibikov P., Moskva 1997.

Yermilova D. Yu.: *Istoriya domov mody: uchebnoye posobiye dlya vuzov*. Moskva: Izdatelstvo Yurayt, 2019.

Zacharzhetskaya R.V.: *Istoriya kostyuma. Ot antichnosti do sovremennosti*, Moskva 2007.

Elektronnyje istochniki

<https://420on.cz/magazine/style/49803-nedelya-mody-v-prage-i-top-5-cheshskih-dizaynerov> (02.03.2021)

<https://420on.cz/magazine/style/7629-vintazhnaya-odezhda-stil-kotoryy-vsegda-v-mode> (02.03.2021)

<https://rupoint.cz/butiki-ulichnoj-mody-v-prage/> (02.03.2021)

<https://rupoint.cz/cheshskie-modelery/> (23.02.2021)

<https://ruski.radio.cz/moda-v-srednevekovoy-chehii-8064797> (23.02.2021)

<https://shimanovskadm.ru/uk/anapa/kak-stilno-odetsya-v-pragu-zimoi-prazhskaya-moda-kak-odevayutsya-v-chehii-itak.html> (21.02.2021)

<https://videoforme.ru/wiki/moda-i-stil/istoriya-mody-20-veka> (02.03.2021)

<https://www.globalblue.ru/destinations/france/paris/parizhskii-kultur-vysokaya-moda-budushego/> (21.02.2021)

http://www.grunia.com/2009/02/moda-majbutnogo-reportazh-z-museum_design/ (02.03.2021)

<https://www.visnik.org/pdf/v2014-01-06-chouprina.pdf> (02.03.2021)

Illustracii

1. <https://mirfrance.ru/charlz-frederik-uort/> (01.03.21)
2. <https://www.pinterest.ru/pin/828521662689703115/> (02.03.21)
3. <https://j-e-n-z-a.livejournal.com/1900947.html> (01.03.21)
4. <https://images.app.goo.gl/kEDKiUrkKRNbHijJ9> (01.03.21)
5. <https://beautyshoprussia.ru/kollekcii-zaiceva-v-stile-modern-vyacheslav-zaicev---kollekcii/> (25.02.21)
6. <https://24smi.org/celebrity/27570-alena-akhmadullina.html> (25.02.21)
7. <https://images.app.goo.gl/RV9SH99KN3apUmtC6> (02.03.21)
8. <https://images.app.goo.gl/FrQWd1NypASLRzbC8> (02.03.21)