

# ЭКО-КОНЦЕПЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ



**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

## **Эко-концепции в индустрии моды**

Монография

УДК 687.01  
ББК 87.852.4

**Главный редактор:** Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент,  
руководитель НОО «Профессиональная наука»

**Технический редактор:** Канаева Ю.О.

**Рецензенты:**

**Авторы:**

Айрапетян М.К., Васенкова У.Д., Вернер Л.К., Егорова Л.В., Кокурина П.С., Курилина Н.С.,  
Осипян М.Б., Петушкова Г.И., Сысоев С.В., Сысоева О.Ю., Хлебников Л.Д., Шамшина Л.М.

Эко-концепции в индустрии моды [Электронный ресурс]: монография. – Эл. изд. -  
Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 98 с.). - Нижний Новгород: НОО  
"Профессиональная наука", 2023. – Режим доступа:  
[http://scipro.ru/conf/monograph\\_220623.pdf](http://scipro.ru/conf/monograph_220623.pdf). Сист. требования: Adobe Reader; экран 10".

ISBN 978-5-907607-29-3

Материалы монографии будут полезны преподавателям, научным работникам,  
специалистам предприятий, а также студентам, магистрантам и аспирантам.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: Designed by Freepik,  
Canva.

ISBN 978-5-907607-29-3



© Авторский коллектив, 2023 г.

© Издательство НОО Профессиональная наука, 2023 г.

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	5
Глава 1. Экологический дизайн костюма: формирование критериев оценки этических практик .....	8
Глава 2. Проектирование коллекции «Кокон» под влиянием бионики как направления в экодизайне .....	13
Глава 3. Новаторские технологии в фэшн-дизайне через призму коллекции модного дома Iris van Herpen сезона осень-зима 2019/2020 года .....	28
Глава 4. Взаимодействие фэшн-дизайна и индустрии видеоигр в сезоне 2023-2024 .....	35
Глава 5. Взаимодействие фэшн-дизайна и культуры андерграунда в сезоне 2023-2024.....	42
Глава 6. Ковер: социокультурный исторический контекст возникновения и его отражение в новейшем фэшн-дизайне ..	49
Глава 7. Трансгрессия как основной прием сказки Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» и её отражение в фэшн дизайне новейшего времени .....	64
Глава 8. Инновационные материалы в дизайне современных сумок.....	73
Глава 9. Кукла Пандора и ее роль в формировании глобализированных модных тенденций .....	82
Заключение.....	88
Библиографический список .....	89
Сведения об авторах.....	96

## Введение

В монографии представлены теоретические подходы и концепции, аналитические обзоры, практические решения в конкретных сферах науки и образования.

Монография состоит из 9-ти глав.

**В первой главе** авторы рассматривают тему экологического дизайна костюма: формирование критериев оценки этических практик.

**Во второй главе** рассматриваются возможности, заложенные в живой природе, которые можно использовать в формообразовании новых дизайн-проектов с отличительными художественно-конструктивными характеристиками инновационной направленности. Наряду с анализом теоретической основы творческого биоисточника в каждом этапе дизайн-проекта рассматриваются новизна, рациональность и значимость практики применения в авторской коллекции.

**В третьей главе** рассматривается концепция междисциплинарного синтеза науки и искусства на примере модного дома Iris van Herpen, анализируется новаторский подход к дизайну одежды голландского модельера Айрис ван Херпен в рамках кутюрной коллекции Hypnosis сезона осень-зима 2019/2020 года.

**В четвертой главе** исследование сфокусировано на изучении отражения трендов индустрии видеоигр в работах модных домов. Влияние развития игровой индустрии на макро-тенденциях в обществе. Изучены самые ожидаемые видеоигры, которые производители планируют выпустить в 2023-2024 годах, а также взаимодействие игровой и модной индустрий вместе.

Задача исследования - выявить средства и инструменты, которые используют дизайнеры для продвижения коллекций модных домов в виртуальной реальности.

**В пятой главе** исследование сфокусировано на изучении влияния уличного искусства на деятельность модных домов. Рассмотрены ожидаемые фестивали андерграунд *rekmnehs*, а также направления, активно набирающие популярность в мире. Изучены методы использования модными домами Dior, Gucci, Moschino и Balenciaga уличного искусства, как инструмента.

**В шестой главе** авторы рассматривают вопрос социокультурного исторического контекста возникновения ковра и его отражение в новейшем

фэшн-дизайне. История ковра насчитывает около 4000 лет. За это время он эволюционировал не только с точки зрения техники исполнения, но также функции и статуса — ковер прошел путь от предмета декоративно-прикладного искусства, определяющего социальный статус своего обладателя, до культурного и исторического кода, преломленного в теле искусства и моды. В данной статье ковер рассмотрен через призму исторической связи с местом, раскрывающейся в применении уникальных технологий и использовании национальных мотивов. Также выявленная связь анализируется на примере воплощения в современных формах фэшн-индустрии Италии, Франции и России.

**В седьмой главе,** предметом исследования являются иллюстрированные образы сказки Л. Кэррола «Алиса в стране чудес», фильмы и мультфильмы снятые на сюжет книги Д. Кэррола, а также знаковые и последние коллекции ведущих мировых домов моды и знаковые события в мировом социо-культурном пространстве, использующие визуальный язык сказочных персонажей Алисы и других действующих героев книги.

Объектом исследования являются методы и приемы создания сказочных сюжетов, использованные в сказке «Алиса в стране чудес» Л. Кэррола, которые отразились феноменом трансгрессии в фэшн-дизайне XXI века.

Исследование актуальных тенденций моды новейшего времени выявляет дизайнерские эксперименты с приемом трансгрессии в фэшн-дизайне новейшего времени. Современные художники моды озадачены поисками альтернативных методов, способных перенести зрителя в ирреальное пространство. Спустя несколько столетий после публикации печатного издания сказки Л. Кэррола «Алиса в стране чудес», дизайнеры-трендсеттеры в поисках новых тенденций обращаются к классическим методам и проверенным сюжетам трансгрессии, а именно - к образам Алисы и других действующих героев книги.

Данное исследование наводит фокус на влияние сказки Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» на формирование модных тенденций начала XXI века.

**В восьмой главе** автор рассматривает вопрос инновационных материалов в дизайне современных сумок.

Инновационные материалы в дизайне сумок рассмотрены на примерах обзора сезонных коллекций мировых подиумов. На примерах показаны варианты применения различных эко-материалов в проектировании важнейшего из предметов ансамбля аксессуаров – сумок.

**Девятая глава** посвящена изучению роли куклы Пандоры в истории глобализации модных тенденций. Долгое время исполняющая роль манекена кукла Пандора иллюстрировала самые модные и изысканные наряды. Утвердившись в своей позиции, кукла Пандора начала “путешествовать по миру”, распространяя информацию про самые актуальные модные тенденции XVII-XVIII веков, предваряя собой возникновение манекена.

### ***Авторский коллектив:***

**Глава 1.** *Экологический дизайн костюма: формирование критериев оценки этических практик (Курилина Н.С., Петушкова Г.И.)*

**Глава 2.** *Проектирование коллекции «кокон» под влиянием бионики как направления в экодизайне (Айрапетян М.К., Шамшина Л.М.)*

**Глава 3.** *Новаторские технологии в фэшн-дизайне через призму коллекции модного дома Iris van Herpen сезона осень-зима 2019/2020 года (Васенкова У.Д., Сысоев С.В.)*

**Глава 4.** *Взаимодействие фэшн-дизайна и индустрии видеоигр в сезоне 2023-2024 (Сысоева О.Ю., Егорова Л.В.)*

**Глава 5.** *Взаимодействие фэшн-дизайна и культуры андерграунда в сезоне 2023-2024 (Сысоева О.Ю., Егорова Л.В.)*

**Глава 6.** *Ковер: социокультурный исторический контекст возникновения и его отражение в новейшем фэшн-дизайне (Сысоев С.В., Хлебников Л.Д.)*

**Глава 7.** *Трансгрессия как основной прием сказки Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» и её отражение в фэшн дизайне новейшего времени (Кокурина П.С., Сысоев С.В.)*

**Глава 8.** *Инновационные материалы в дизайне современных сумок (Вернер Л.К.)*

**Глава 9.** *Кукла пандора и ее роль в формировании глобализированных модных тенденций (Сысоева О.Ю., Осипян М.Б.)*

## Глава 1. Экологический дизайн костюма: формирование критериев оценки этических практик

Целью дизайна является повышение качества жизни и обеспечение комфорта. Наряду с этим дизайн воспринимается как коммерческий инструмент, обеспечивающий коммуникацию с потребителями и непрерывное обновление продукции. XXI век поставил перед обществом задачу перехода к устойчивому развитию. Новые этические нормы трансформируют социум и оказывают влияние и на проектную деятельность дизайнеров. Исследователи отмечают, что «для дизайна поле современной этики является новым, малоизученным пространством, не говоря уже о практическом применении этических кодексов»

С целью определения места этики в современной проектной практике и выявления зон ответственности дизайнера выделяют ряд вопросов. В каких процессах дизайнер может принимать решения и как они связаны с этикой? Какие этические нормы влияют на проектирование? Какую ответственность несет дизайнер и с кем может её разделить?

Интересно рассмотреть данные вопросы с позиций дизайна костюма, учитывая его специфику. Сегодня идет активное переосмысление сущностных характеристик моды, исследователи отмечают ряд процессов, таких как:

- ориентация на устойчивое развитие и включение экологических вопросов в проектные практики;
- развитие инновационных технологий, взаимодействие моды и науки, открывающее новые перспективы;
- цифровизация, изменившая скорость распространения информации и ее доступность, а также связанные с ней новые возможности коммуникации;
- стирание международных и культурных границ, поиск культурной идентичности, полицентричность моды;
- становление женской идентичности в XX-XXI вв. (феминизм, новые представления о телесности, эталонах красоты и т.д.)
- стремление к персонализации, выражению своей личности, индивидуальности;
- сближение сфер моды и искусства.

Первый вопрос – это определение процессов, в которых дизайнер непосредственно принимает решения.



Проектировщик ответственен за выбор материалов и доступных технологий. Важным аспектом становится исследование «физических артефактов», оказывающих влияние на природу, тот «экологический след», который оставляет производство, применение и утилизация продукции. Безопасность используемых материалов имеет ключевое значение. К сожалению, представление о безопасности довольно подвижно, оно изменяется в процессе научных исследований. Таким образом, дизайнер должен отслеживать изменения в данной сфере, регулярно критически оценивая доступные средства и их альтернативы. Порой только по прошествии времени возможно оценить истинные последствия выбора «безопасных» материалов и методов. Положительным моментом является то, что разработки в данной области в последние годы идут очень активно и вариантность возможных экологических решений значительно расширяется.

Дизайнер также принимает решение о методах производства, что непосредственно влияет на процесс формотворчества. К актуальным экологическим практикам в дизайне костюма относятся, к примеру, апсайклинг, технология zero waist, 3D-печать. Решение локализации производства также в зоне ответственности проектировщика. Он решает, где производить свою продукцию, с кем сотрудничать, что в свою очередь поднимает вопросы достойных условий труда и оплаты, определяет длину цепочек поставок.

Добросовестный подход на этих этапах влияет на качество продукции и потенциально предполагает длительный срок службы изделий.

В свою очередь, цифровая экономика предполагает новую бизнес-модель, когда производственный цикл от цепочки «создание дизайнера – производство – продажа» переходит к «создание дизайнера – продажа – производство». Альтернативный вариант имеет большие преимущества и с позиции экологического подхода и экономии в целом.

Следующим аспектом, попадающим под непосредственное влияние выбора проектировщика, является эстетика, как неотъемлемый элемент любой дизайнерской продукции. Что будет транслировать изделие – это этический выбор автора. Культурные коды, эстетические нормы, представления о красоте – все это через модный костюм встраивается в образ жизни современного человека, влияя на его систему коммуникаций, ценностные ориентиры.

Именно профессиональная и общечеловеческая этика становится фундаментом, без которого невозможно экологическое проектирование и устойчивое развитие общества. Это приводит к вопросу об этической ответственности, которую несет дизайнер за проект. К сожалению, актуальность

темы экологии и устойчивого развития часто преобразуется в маркетинговый инструмент. И лишь нравственные, моральные качества личности на данный момент выступают гарантией добросовестности и честности, что приводит к необходимости формирования неких профессиональных стандартов. И хотя в дизайне в целом профессиональная этика пока еще только формируется, в сфере дизайна костюма существуют практические примеры исследования и оценки этических практик. Среди них проект Good on you. С 2015 года он составляет рейтинги брендов и содержит информацию более чем о 3000 компаний

Данный ресурс, обладает обширной базой по теме. Своей миссией проект видит «обеспечение устойчивых моделей производства и потребления» согласно 12 пункту резолюции ООН. Одна из ключевых задач – это просвещение потребителей, чтобы обеспечить осознанный и ответственный выбор. Важное значение имеет доступность информации и прозрачность всех процессов производства. Иначе становится невозможным дать справедливую оценку деятельности. В рамках проекта разработана система оценки этичности бренда, которую успешно применяют уже несколько лет. Ключевые критерии – это влияние на планету, животных и людей.

В первом пункте учитывается экологическая политика бренда, включающая оценку используемых ресурсов, материалов, источников энергии, методы утилизации, устойчивость бизнес-модели, долговечность, и качество продукции, безопасную упаковку, практику экономичного использования водных ресурсов, выбросы и загрязнения от производства, применение альтернативных инновационных методов.

При оценке влияния политики бренда на людей во внимание принимаются соблюдение прав и свобод человека на предприятии, безопасность, достойные условия труда и оплата, социальная поддержка, а в последнее время и меры по защите от COVID. Также в этой категории отслеживаются цепочки поставок и учитывается сертификация продукции.

Заключительный пункт – политика бренда в отношении защиты животных. Здесь учитывается применение и переработка продуктов животного происхождения: меха, кожи, пуха, шерсти и т.д.

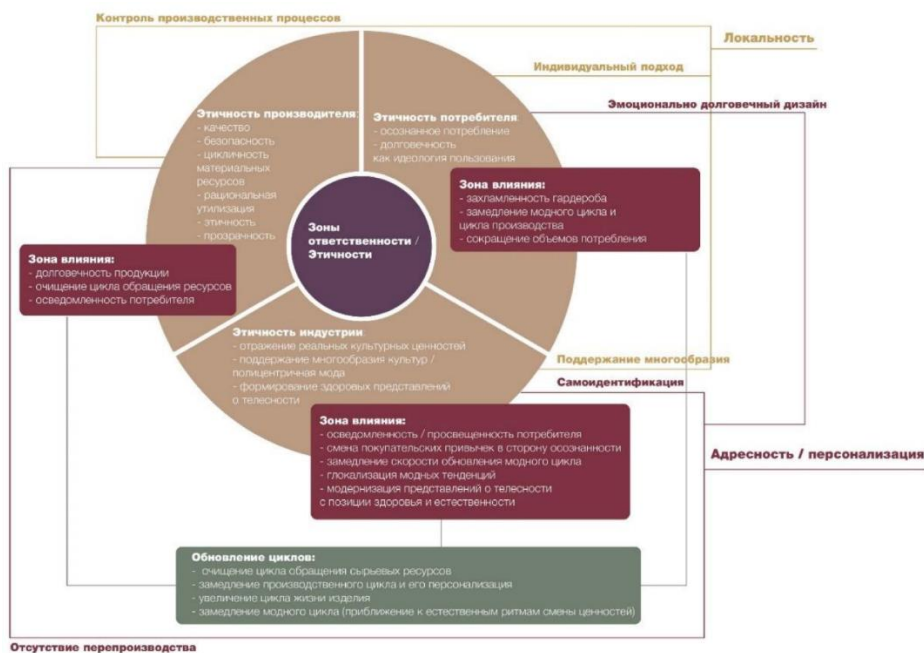
Проект Good on you предлагает прекрасный пример критериев разносторонней оценки этичности бренда, основанный на длительном опыте и разработанный с привлечением представителей индустрии и ученых.

Возвращаясь к вопросам определения места этики в дизайнерской деятельности следует рассмотреть влияние новых этических норм на процесс проектирования, коммуникации с коллективом и заказчиком. И здесь

очевидно, что актуальная тенденция – активное взаимодействие и расширение междисциплинарных связей, так как для осознанного выбора дизайнеру необходимо значительно больше информации, чем он обладает в рамках своей специальности. Сейчас это может быть сотрудничество с химиками, биологами, инженерами, социологами, психологами и другими специалистами, представляющими различные отрасли и сферы знаний.

Исследователи отмечают эмоционально долговечный дизайн как актуальный феномен в современной проектной практике. Он акцентирует внимание на личных потребностях, повышая ценность изделий для клиента и этим потенциально продлевает срок службы. Таким образом, меняется принцип коммуникации с заказчиком, процесс сотрудничества часто становится сотворчеством, что отражает тенденцию к самовыражению личности и индивидуализм, характерный для современного общества. Цифровизация также значительно расширила возможности взаимодействия дизайнера и клиента. Для того чтобы перейти к осознанному потреблению вещи должны обладать долговечностью как физической, которая основывается в первую очередь на качестве, так и стилистической, эмоциональной долговечностью. Изделия должны вызывать «позитивный эстетический отклик» у пользователя, создавать эмоциональную связь с владельцем.

Свою зону ответственности имеют также и потребители. Они могут влиять на замедление скорости производства и потребления, так как вопрос скорости один из самых острых в моде. Осознанный выбор и долговечность как идеология пользования находятся в зоне ответственности потребителей. Свою зону ответственности также имеет и индустрия моды, как идеалоформирующий фактор, влияющий на развитие общества и культуру в целом (рис. 1).



**Рис. 1. Зоны ответственности этичного подхода производителя, покупателя и индустрии**

Дизайн выступает инструментом трансформации окружающего пространства, а «новая» этика – это фундамент устойчивого развития, гарантирующий движение в верном направлении. И пока в теории и методологии дизайна ведутся дискуссии о месте этических практик в проектной деятельности и формируются критерии их оценки, мода выступает как эвристический инструмент, помогающий отследить сдвиги в эстетических и идеологических структурах общества, направленные на решение культурных и социальных задач: «мода не только одежда, а новые способы видения и мышления». И она уже демонстрирует нам основы новой этики и те аспекты, что поддаются оценке в ее контексте: влияние на планету, гуманное отношение к людям и животным. Перспективным видится возможность создания информационных платформ подобных Good on you в России. Но учитывая такие особенности как протяженность территории, многонациональность, разнообразие культур и религий следует включить такой аспект как экология культуры. Россия представляет собой уникальный пример единства многообразия и бережного уважительного отношения к традиционным ценностям, что требуется отразить и в критериях оценки этичности проектной деятельности.

## Глава 2. Проектирование коллекции «Кокон» под влиянием бионики как направления в экодизайне

Поскольку видовое разнообразие живых организмов бесконечно, то окружающий нас мир является неисчерпаемым творческим источником для дизайнеров одежды, обуви и аксессуаров. Принципы бионического формообразования уже сейчас активно ими используются по двум направлениям: практическому и эстетическому.

Первое направление создано для улучшения функциональности и физических качеств вещей, второе – как условный поисковый ресурс новых объемно-пространственных форм и структур в природе.

Бионика — это совокупность прикладных наук, которые ставят целью объединение биологии и техники. Данный раздел науки представлен как основа исследовательской работы в процессе проектирования авторской коллекции в направлении экодизайна.

В дизайне одежды термин «бионика» начал использоваться относительно недавно. В большей степени это касается современных дизайнеров. Например, коллекции Айрис ван Харпен насквозь пронизаны природными явлениями и объектами (рис.1).



Рисунок 1. Фрагменты бионических работ Айрис ван Харпен, 2007 год.

«Химические вороны» (Chemical Crows, 2008 год) - коллекция Айрис, созданная в январе 2008 года, выполнена из телячьей кожи, металлических нитей и промышленных нитей накаливания, а также из спиц детских зонтиков (рис. 2). Примечательно то, что фантастические конструкции колышутся при движении и очень напоминают золотые крылья птиц.



Рисунок 2. Модели коллекции «Химические вороны», 2008 год

Представляет исследовательский интерес дизайн-проект Айрис ван Харпен, где платья из коллекции «Кристаллизация» (Crystallization, 2001 год) отражают различные состояния воды (рис.3). Козья кожа, эко-кожа, прозрачный полиэтилентерефталат, серебряные цепочки и вискоза – это материалы, «сумевшие» прекрасно представить всплески воды.



Рисунок 3. Модели коллекции «Кристаллизация», 2010 год

Мотивы природы прослеживались практически в каждой коллекции Александра Маккуина: «Я сделал множество коллекций, основанных на взаимодействии человека и природы, в конечном счете, мое творчество так или иначе связано с природой». Он часто использовал природные материалы вместо обычных тканей. В коллекции «Вдовы Каллодена» фигурировали характерные для мастера мотивы: перья птиц, бабочки, черепа, эстетика смерти и новой жизни (серебряный головной убор с гнездом) (рис. 4). Меланхолическая и метаморфозная коллекция «Вдовы Каллодена» продолжает удивлять и воодушевлять современное поколение модельеров. Особенно поражает фантомное белое платье с ярусами из органзы, ассоциирующееся с пеплом от мушкета, над которым после сражения парят бабочки.



Рисунок 4. Модели коллекции «Вдовы Каллодена», 2006 год

Тема взаимоотношения человека с природой стала вдохновением для проектирования коллекции «Кокон». Проанализировав проекты современных дизайнеров, автором была создана собственная концепция, заключающаяся в гармоничном единении человека с природой. Связь между двумя понятиями объединяется идеей коллекции, где жизненный цикл бабочки и психосоматика человека, тесно взаимодействуют с друг другом.

Колорит коллекции «Кокон» построен на тенденциях сезона FW 2022-2023 Нью-Йоркской Недели моды. Цвета: «Pink Yarrow» и «Airy blue» наполняют коллекцию не только яркостью, но и актуальностью (рис. 5).

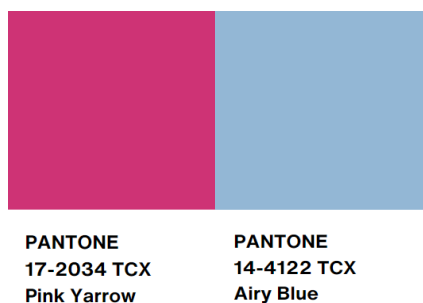


Рисунок 5. Pantone «Pink Yarrow», «Airy blue»

Сочетание выбранных ярких цветов и натурального цвета шерсти создаёт в костюмах мягкий объём. Такой эффект используется автором для воплощения идеи «рождение бабочки из кокона». Шерсть в коллекции имитирует сам кокон, как оболочку, внутри которой спрятано нечто хрупкое и легкое.

Кокон бабочки имеет важную роль в концепции коллекции, ведь «рождение бабочки» для автора является также собственным рождением, с точки зрения начала творческого пути. «Я будто в коконе, и не могу оттуда выбраться, я нуждаюсь в свободе... Мне нужно освободиться», - рассуждает автор.

Учитывая философию коллекции, первый блок, над которым было произведено исследование - верхняя одежда. Были выбраны следующие модели для проектирования:

- Пальто-кокон;
- Пончо

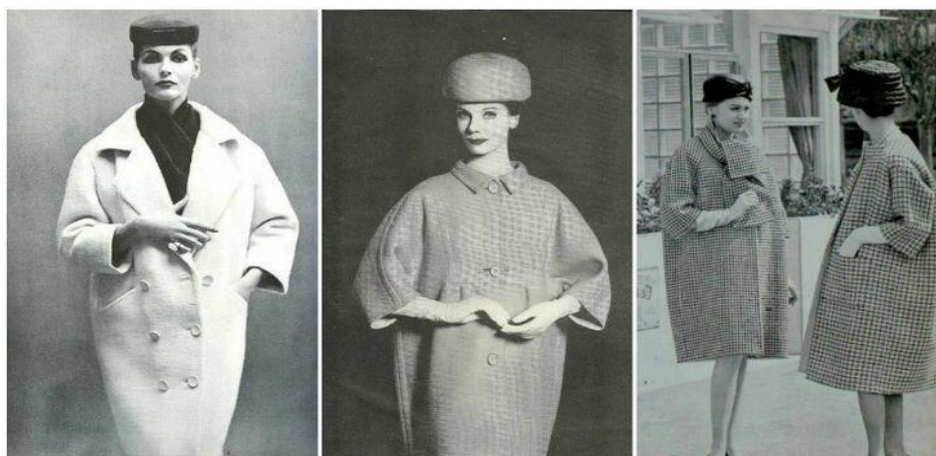


Рисунок 6. Модели «пальто-кокон», 1950-е годы.



Так исторически сложилось, что создателем пальто-кокон считается испанский кутюрье Cristobal Balenciaga (Кристобаль Баленсиага). Модель «кокон» была представлена миру моды в 1957 году. Пальто имело ярко выраженный свободный крой - оверсайз. Длина, как правило, от середины бедра и ниже. Линия плеч занижена, книзу рукав слегка заужен (рис.6). В 1960-х мода на это удобное пальто всё ещё присутствует, но постепенно угасает - в моде подчеркнутая сексуальность.

Современные модные дома продолжают представлять пальто-кокон на подиуме, всякий раз интересно, по-современному обыгрывая рукава, застежки, ткани и принты. Для моды сейчас характерен свободный крой, объемность, которая присутствует в крое пальто-кокон. Но образ выражается не только кроем, но и принтом, зачастую это анималистический принт, либо принт, напоминающий цветы.

Пальто - кокон не только своим кроем, но и образом, является дополнением для коллекции. Автором была взята данная конструкция, так как объем, создаваемый кроем, добавляет монументальность, которая прослеживается по всей коллекции. И название пальто, как дополнение, напрямую визуализирует задуманный образ «человека в коконе». Согласно концепции, именно в конструкции проявляется сплетение природы с человеком.



Рисунок 7. Авторский эскизный ряд верхней одежды.

Эскизный ряд дополняется не только пальто-коконом, но и пончо (рис.7). Пончо — это прямоугольный отрез ткани полтора на полтора метра, без рукавов, с прорезью для головы посередине. Пончо является традиционной верхней одеждой жителей Латинской Америки (рис.8). Оно было придумано индейцами и являлось их национальной одеждой. Известно обстоятельство, что пончо зародилось в племени Араукано, проживавшем высоко в горах.



Рисунок 8. Традиционная верхняя одежда жителей Латинской Америки.

Постепенно пончо из простой накидки американских индейцев стало одеждой, привлекавшей внимание не только американских колонизаторов, но и европейцев. Разнообразию материалов приходилось лишь удивляться, для украшения стали использовать бахрому. Военные стали изготавливать даже плащи, похожие на пончо, из прорезиненного материала, не пропускавшего воду.

Надо сказать, что в настоящее время пончо – это скорее элемент женского гардероба. Для его украшения используют как вышивку, так и бахрому, а вырезы стали делать не только с воротом и застёжками, но и капюшоном. Но привычное шерстяное пончо не исчезло, сохранился свободный, классический крой, имея минимум украшений. В мире законодателей модных тенденций, пончо обожает Бланка Миро. Модели с пестрым орнаментом или рисунком сочетаются, по примеру испанского стилиста, с другими принтами (рис.9).



Рисунок 9. Бланка Миро в пончо.

Пончо обожает и Габриэла Херст — дизайнер представила несколько вариаций, как в коллекции собственного бренда, так и в дебютной для Chloé (рис.10). В первом случае это модели, напоминающие плед в технике пэчворк, а во втором пончо украшены этническими мотивами. Главной деталью пончо от Chloé стал объемный воротник.



Рисунок 10. Модель Chloé , 2022 год

Пончо дополняет образ своей многослойностью, именно этот фактор имеет связь с концепцией коллекции. Кокон содержит в себе разные слои, как и пончо, комбинирующий в себе несколько материалов. Для автора пончо является оболочкой, в которую можно закутаться, спрятаться, защищая легкость и воздушность внутри.

Второй блок, для которого было произведено предпроектное исследование – комплекты одежды. Были выбраны следующие модели для проектирования:

- Юбка-баллон;
- Блуза

Юбка-баллон – это пышная юбка овального силуэта, напоминающая перевернутый цветок. По форме она несколько похожа на юбку-тюльпан, но отличается кроем и большим объемом. Впервые такую юбку представил публике Пьер Карден в 1964 году. Ему хотелось создать женственный контур, напоминающий очертаниями вазу. Первоначально юбки-баллоны вошли в коллекции коктейльных нарядов. Затем они вернулись в моду в 80-х годах XX века, став элементом гламура.



Рисунок 11. Юбка-баллон (Пьер Карден)

Платья с объемными юбками полностью соответствовали идее кутюрной моды того времени: для создания объёма использовали большое количество ткани, складки формировали вручную, а чтобы платье держало форму, его сажали на жёсткую подкладку (рис.11).

И наконец, юбка-баллон возродилась в 2000-х уже как самостоятельные модели, причем сейчас эти юбки предназначены не только для вечера (рис.12).



Рисунок 12. Юбка-баллон, 2000-е годы

К сезону весна-лето — 2016 авангардист Николя Гескьер сделал мягкие белоснежные баллоны для Louis Vuitton, добавив романтический компонент в свою любимую киберэстетику. Через пару лет силуэт начали повторять в коллекциях Miu Miu, Erdem, Phillip Lim, Maje— и стало окончательно ясно, что время ультраромантики с соответствующими формами и силуэтами пришло (рис.13).



Рисунок 13. Модель из коллекции Maje, 2020 год

Автор в коллекции «Кокон» использовал данную модель в контексте бионического проектирования. Форма юбки, напоминающая тюльпан, тесно связана с формой кокона. Объемность данных изделий придает коллекции общий силуэтный строй.



Рисунок 14. Авторский эскизный ряд комплектов одежды.

Также можно заметить, что эскизный ряд коллекции дополняется блузками с объемными рукавами (рис.14).

Блузкой называют женскую верхнюю одежду из тонкой ткани в виде приталенной рубашки. Женские блузки могут быть туникообразными или застегиваться на пуговицы как обычные рубашки.

Прародителем современной блузки можно считать «хитон» (рис.15). Его носили древние греки в XIV-XIII веках до н. э. Выглядел он наподобие рубахи и надевался древними греками на голое тело, хоть и служил верхней одеждой. У народов Северной Германии в IV-III веке до нашей эры блузка служила нательным бельем и носилась под верхней одеждой.



Рисунок 15. Хитон, XIV-XIII век до н. э.

Римская туника долгое время служила домашней одеждой. Она была удобна и практична. Это уже не был просто кусок ткани, в который драпировалось тело. Туника сшивалась из двух полотнищ, и, одеваясь через голову, закрывала оба плеча. Изначально римская туника имела лишь проймы для рук. Однако позже у нее появились короткие по локоть рукава.

Первая женская блузка была создана парижским изобретателем и новатором Полем Пуаре, ему пришла в голову мысль разделить платье на блузку и юбку (рис.16). Акцент был сделан на практичности и удобстве.



Рисунок 16. Женская блузка. Поль Пуаре, 1920 год

Модный дом Alexander McQueen расставил акценты на плечи, придавая моделям экстравагантность, но в то же время лёгкость. Автор использовал так называемые рукава-буфы, не только для визуального увеличения внешнего вида модели, но и для подчёркивания женственности и воздушности (рис.17).



Рисунок 17. Коллекция Alexander McQueen весна-лето 2021

Современные дизайнеры для акцентирования воздушности изделия применяют объём не только в рукавах, но и по всей блузе.

Объёмность в авторской коллекции использовалась для визуального сходства с формой кокона, тем самым образуя в модели так называемую оболочку. Связывая тему с психологией, можно сказать, что, находясь в состоянии «эмоционального кокона», мы испытываем ту свободу, которую иногда теряем, будучи в естественной форме. Концепция проекта в этом и

заключается, что человек испытывает состояние комфорта, будучи в защитной оболочке.

Третий блок, над которым было произведено исследование - платья. Были выбраны следующие модели для проектирования:

- Платье-пузырь;
- Платье-тюльпан

Платье-пузырь (англ. bubble dress) обычно имеет объемный крой и овальную форму. Такие модели, объемные в верхней части, а в подоле собранные на ленту или тесьму, либо объемные в верхней части и слегка зауженные книзу были очень популярны в 1950-е годы XX века (рис.18).

В 1980 годы XX века напоминанием о моде 1950-х стали вошедшие в моду юбки-баллоны и юбки-тюльпаны.



Рисунок 18. Платье-пузырь, 1950-е годы.

Платье-баллон очень узнаваемо, поэтому его нельзя спутать с другими моделями. Главной особенностью этого платья является объемная, как будто надутая юбка, из-за которой наряд и получил свое название. Объем может начинаться от линии талии и даже от груди, но юбка обязательно сужается книзу. Чтобы сохранять объем, платье-баллон зачастую шьют из плотных тканей, которые хорошо держат форму.

Изобретатель объемной конструкции платья - Кристоаль Баленсиага. Это модель хорошо вписывается в творческую концепцию дизайнера – сложный крой, скульптурность силуэта, гармоничность формы и незабываемый стиль, (рис.19).





Рисунок 19. Модель «платье-баллон» (Кристобаль Баленсиага, 1950-е годы)

В 1951 году модель представили как коктейльное платье. С 1956 года модный Дом Christian Dior выпускал несколько вариантов платья. Затем с объемами начал экспериментировать Пьер Карден. В 1970-е идея платья была развита Зандрой Роудс, в 1980-е оно приобрело модификацию платье-пуф и продолжило дальнейшее развитие.

В современной моде платье-баллон стало лаконичнее и сдержаннее, оно занимает меньше пространства, хотя бывают исключения, и некоторые дизайнеры предлагают по-настоящему объемные и роскошные платья.



Рисунок 20. Авторский эскизный ряд платьев

В авторских эскизах, платье-баллон является элементом легкости, но также подчёркивает элегантность образа (рис.20).

Сам баллон имеет ассоциативность с вакуумом, что поддерживает концепцию коллекции, связанную с коконом: сжатое состояние, когда ты хочешь выбраться, но не можешь.

Платье-тюльпан, точнее платье с юбкой в форме тюльпана, «родилось» во Франции в 1960-х годах. Это изящное и кокетливое платье сразу завоевало сердца модниц. Такая юбка силуэтом очень напоминает перевернутый бутон тюльпана, как и следует из названия (рис.21).



Рисунок 21. Платье-тюльпан

В последнее время эта юбка дополнилась драпировкой, карманами и декоративными деталями. Длина ее варьирует от мини до миди (до колен). Лиф платья может быть любым, но, как правило, облегающим. Бывают такие платья и с запахом.

Главной особенностью платья «тюльпан» является облегающий верх, делающий акцент на талии, и расширяющаяся на уровне бедер юбка, которая к основанию платья сужается.

Модель «платье-тюльпан» получила большое распространение в современной моде. Изначально такую конструкцию использовали при пошиве юбок, но со временем он стал применим и к женственным платьям. Особенность модели состоит в специфическом крое юбки: широкой в районе бедер и зауженной внизу. Женщина, одетая в платье-тюльпан, напоминает

одноименный весенний цветок – обтягивающий верх символизирует стебелек, а специфичная юбка похожа на бутон.

Возвращаясь к теме проекта «Кокон», уместно подчеркнуть, что рождение бабочки напрямую связано с весной, так как в этот период ее кокон раскрывается, как и сам тюльпан. Автор указывает на связь между бабочкой и цветком, тем самым закрепляя бионическую концепцию коллекции.

Таким образом, в заключении следует отметить, что использование бионических принципов в дизайне применяется не только как источник вдохновения для художественного проектирования изделий объемно-пространственных форм с инновационной направленностью, но и для улучшения функциональной составляющей. В данной работе бионика рассматривается как методическая основа для творчества дизайнеров, где анализируются с позиций современных требований дизайна и констатируется влияние бионики на образно-ассоциативное мышление и фантазию дизайнера костюма. Изучение природных явлений и объектов и их рациональная имитация могут значительно повлиять на развитие человечества в различных областях.

### Глава 3. Новаторские технологии в фэшн-дизайне через призму коллекции модного дома Iris van Herpen сезона осень-зима 2019/2020 года

В настоящее время создание моды в синтезе с наукой обеспечивает конкурентное преимущество в фэшн-индустрии. Новаторские технологии становятся фокусом развития и частью ДНК многих брендов, которые не только используют уже известные инновационные материалы, но и занимаются разработкой собственных, с целью запатентовать технологию и повысить свою конкурентоспособность на рынке.

Дизайнеры, которые сотрудничают с разработчиками новых материалов, специалистами вне мира моды, активно внедряют инновации и стремятся выбирать более экологичные пути развития. Они способны создавать новые творческие подходы, разрабатывать одежду, которая до сегодняшнего дня казалась невероятной и нереализуемой, давая возможность потребителям прикоснуться к будущему уже сегодня.

Голландский модельер Айрис ван Херпен (г.р. 1984) является одним из первопроходцев креативного процесса, основанного на междисциплинарном диалоге науки и искусства, пробации новаторских технологий и материалов в реальной одежде на человеке.

Айрис ван Херпен родилась 5 июня 1984 года в маленьком городе Вамеле, с детства она творчески выражала себя через живопись, танцы и игру на скрипке, затем в средней школе познакомилась с дизайном одежды, который стал делом ее жизни. Айрис поступила в Университет искусств ArtEZ в Арнеме и окончила его в 2006 году, проходила стажировку у всемирно известного английского модельера Александра Маккуина (1969–2010) в Лондоне и голландской художницы и дизайнера по текстилю Клоди Йонгстра (г.р. 1963) в Амстердаме.

В 2007 году Айрис основала модный дом Iris van Herpen, ателье которого находится в Амстердаме, где культивируются новые технологии и создается кутюрная мода. Искусство высокой моды для Айрис ван Херпен – олицетворение неторопливого дизайна в продуманном и синтезированном подходе, прокладывающем пути для создания междисциплинарных дизайнов. Со дня основания модный дом известен своими поражающими воображение сложными концептуальными изделиями, многие из которых сочетают кутюрные техники ручной работы с напечатанными на 3D-принтере деталями и инновационными экологически чистыми материалами.

Iris van Herpen не следует общим трендам модной индустрии, оставаясь в своей творческой концепции внедрения инновационных решений. При создании коллекций с 2009 года модный дом активно использует 3D-технологии. К тому же дизайнеры разрабатывают новые модели платьев сразу в 3D программах, затем воплощая их в жизнь. Команда придумывает необычные скульптурные силуэты, вручную собирает сложные платья из деталей, распечатанных на 3D-принтере, создает новые формы с помощью лазерной резки.

С января 2011 года Iris van Herpen показывает свои коллекции на Неделе моды в Париже, так как дом является приглашенным членом Парижского Синдиката высокой моды, входящего во Французскую федерацию моды.

В этом же году одежда с напечатанными на 3D-принтере элементами ван Херпен была включена журналом Time в список 50 лучших изобретений 2011 года. в то время как она также была удостоена премии ANDAM Gran Prix в 2014 году, премии Европейской комиссии 2016 STARTS Prize и государственной премии Нидерландов в области искусств имени нидерландского художника Йоханнеса Вермеера (1632-1675) в 2017 году.

Сегодня Айрис широко известна модному сообществу своим творчеством в направлении Design & Science. Многие уникальные работы модного дома были включены в экспозиции Метрополитен-музея, Музея Виктории и Альберта, Музея Купера-Хьюитта в Нью-Йорке и Дворца Токио в Париже.

Айрис черпает вдохновение из всевозможных природных форм, климата или кинематики. Запоминающиеся образы возникают в результате применения биомимикрии и симбиоза, обращения к теме космоса, звуковых волн, погружения в глубины глубоководных впадин, подземный мир, устройство грибов или нейронов мозга. При наличии достаточного времени для исследований и разработок Айрис Ван Херпен может воссоздать практически любой природный узор: растительные оболочки, перья, окаменелости, плавники и пузырьки.

Постоянно развиваясь и стараясь превзойти предыдущие коллекции, дизайнеры модного дома ищут новые источники неизведанных форм и стремятся визуализировать неуловимое вдохновение. Этому способствуют различные коллаборации, Iris van Herpen часто работает с людьми за пределами индустрии моды, чтобы привнести в нее новые перспективы – это ученые, экологи, танцоры, искусствоведы и музыканты.

Помимо использования новых технологий Айрис ван Херпен открывает ещё один важный для осмысления будущего дискурс – саму функцию одежды. Радикальный уход от использования привычных тканей рождает большое количество вопросов, на которые пока нет однозначных ответов в индустрии. Очевидно, что модный дом Iris van Herpen придерживается не утилитарного, а новаторского подхода, так как он является неотъемлемой частью дизайна будущего, помогает найти новые перспективы развития, новые формы и цели.

Айрис ван Херпен считает, что высокая мода – это мощная трансформационная сила, которая расширяет границы нашего представления и объединяет новые технологии и сложные ремесленные техники.

На неделе моды в Париже в 2019 году модный дом показал коллекцию Hypnosis (Гипноз), состоящую из 19 многослойных гипнотических образов, линии которых повторяли форму природных структур, призванных отобразить красоту и сложность окружающей среды. Эти образы возрождают древнюю технику создания одежды из шелкового муара, которая связана с иллюзорной природой человеческого восприятия.

Изделия представляют собой сложные конструкции из элементов разной формы, которые сочетают использование дорогих тканей (атлас-дюшес, шелковой органзы, муара) одновременно с технологичными пластиковыми материалами, алюминием и нержавеющей сталью [11].

Представленные в коллекции образы можно разделить на несколько групп исходя из выбранной техники их изготовления или выбранного источника творчества. Айрис дает им следующие названия: Epicycle (Эпицикл), Suminagashi (Суминагаси), Dichotomy (Дихотомия), Hypnosis (Гипноз) и платье Infinity (Бесконечность) – ключевой образ коллекции, закрывающий показ.

Открывающий показ образ и появляющиеся на подиуме платья под номерами 2, 16 и 17 были названы дизайнером «эпициклическими»<sup>1</sup>. Они созданы из множества наложенных друг на друга переливающихся полупрозрачных сфер из органзы голубого и белого цветов, которые швеи ателье модного дома вручную обрамляют тонкой черной рамкой и пришивают к прозрачной сетке-основе на манекене. Эта техника отсылает к взаимосвязи между поверхностью и веществом с помощью иллюзорных узоров, которые будто бесконечно перетекают друг в друга (рис. 1).



Рисунок 1 – «Эпициклические» образы коллекции Hypnosis

Образы коллекции №3–4, 6 и 10 были разработаны на основе дихотомического деления (дихотомии)<sup>2</sup>. Детали платьев были вырезаны лазером и термосклеены в виде контрапозитивных волн из материала, на котором изначально напечатаны волнообразные мотивы. Затем каждый отдельный элемент стыкуется с одной из сотен имитирующих рябь панелей, которые колеблются от потока воздуха и тем самым образуют изысканную зыбь из скрупулезно сшитой вручную шелковой органзы (рис. 2).



Рисунок 2 – «Дихотомические» образы коллекции

<sup>1</sup> Эпицикл – астрон., матем. Окружность, центр которой равномерно движется по другой окружности. Эпициклический – относящийся к эпициклу, включающий в свой состав эпицикл, эпициклы [5].

<sup>2</sup> Дихотомия (греч. «надвое» + «деление») – биол. Раздвоенность, последовательное деление на две части, не связанные между собой [4].

Три образа из коллекции (№5, 12, 15) были разработаны под вдохновением от старинной японской техники нанесения чернил, также известной как искусство сумагаши или «плавающие чернила», «плавающие чернильницы». Художники опускали в воду черные и индиго-синие чернила, которые оставались на поверхности воды, затем осторожно дуют на поверхность и добываясь нужного рисунка, опускали бумагу в воду, на которой получали тонкие и изящные закрученные узоры, похожие на дым (рис. 3).

Для воплощения этого источника творчества в одежде были использованы окрашенные пластиковые материалы, из которых с помощью лазерной резки выкраивали волнообразные «растекающиеся» детали и путем термосклеивания скрепляли их с прозрачным тюлем, получая эффект струящейся по коже материи.



Рисунок 3 – Образы, вдохновленные искусством сумагаши

Техника изготовления образов №7–9 и 18 под названием «Гипноз» была разработана в сотрудничестве с профессором архитектуры, скульптором и художником Филиппом Бисли (г.р. 1956). Модный дом неоднократно работал с Бисли во время проектирования изделий, более того, одна из его инсталляций – Hylozoic Ground (Гилозойская земля), послужила источником творчества коллекции Iris van Herpen сезона осень-зима 2012/2013 года Hybrid Holism (Гибридный холизм) (рис. 4).

Данный метод представляет собой разрезание с помощью плоттерной машины набивного атласа-дюшес на тысячи изящных волнообразных деталей шириной 0,8 мм, затем элементы соединяют между собой, создавая эффект ряби и непрерывного колебания на теле.

Полученный при использовании такой техники материал, который дебютировал в весенней коллекции 2019 года Shift Souls, Айрис ван Херпен



и Филип Бисли назвали Glitch. Тогда его изготовили путем лазерной резки майлара<sup>3</sup> по сгенерированному на компьютере волновому узору.



Рисунок 4 – Платья, выполненные в технике «Гипноз»

Во время показа коллекции модели проходили по подиуму через сферическую скульптуру Omniverse (Омнивселенная, Омниверс), которую создал скульптор Энтони Хоу (г.р. 1954).

Энтони Хоу занимается созданием автономных кинетических скульптур, взаимодействующих с ветром и светом, стараясь создать объекты, внешний вид которых напоминает низкотехнологичное научно-фантастическое оборудование. В качестве материала скульптур он использует нержавеющую сталь, приводимую в движение коваными криволинейными элементами или плоскими дисками, покрытыми стекловолокном. Многовальные сбалансированные формы создают движущийся успокаивающий трёхмерный образ гармонии. Внутри скульптур монтируется подвесной мотор-редуктор, легчайший бриз в силах привести в движение десятки вращающихся частей.

На первом этапе создания скульптур Хоу использует цифровое моделирование, при помощи плазменной резки изготавливает стальные элементы и собирает их, применяя традиционные технологии работы с металлом.

Кинетическая конструкция Omniverse состояла из металлических стержней и полупрозрачных шелковых деталей-дисков, которые вращались вокруг основной арки, создавая завораживающий эффект живой материи. Похожее решение также можно увидеть в ключевом образе коллекции – постоянно движущемся механизированном платье Infinity (Бесконечность), которое было представлено в финале показа. Каркас платья изготовлен Хоу из алюминия, нержавеющей стали и подшипников, к которому

<sup>3</sup> Майлар – пленка на основе синтетического полиэфирного волокна, созданная компанией DuPont в начале 1950-х. Melinex и Hostaphan – два других торговых наименования этого пластика, более известного как BoPET или биаксиально ориентированный полиэтилентерефталат [8].

прикрепляются полупрозрачные тонкие детали в виде перьев, циклично вращающиеся вокруг стержней (рис. 5).



Рисунок 5 – Ключевой образ коллекции Hypnosis – платье Infinity и кинетическая скульптура Энтони Хой Omniverse

Посредством слияния инженерного подхода и бионики была воплощена основная идея коллекции – визуализация циклов биосферы и рассредоточения ритмов жизни, симбиоза стихий, гипнотических, хрупких и незримых связей этого мира.

Модный дом Iris van Herpen стремится переосмыслить и изобрести новые материалы и техники изготовления одежды, как двигатель инноваций продвигая экологичность и материальность. Таким образом, каждая коллекция – это попытка выйти за рамки сегодняшнего определения одежды, исследование новых форм самовыражения, нацеленное на создание более значимой, разнообразной и осознанной моды будущего.

Благодаря своему новаторскому подходу к созданию одежды Айрис ван Херпен стала одним из самых известных фэшн-дизайнеров современности. Синтезируя искусство и научный подход в своем творчестве, она выходит за рамки моды и общеизвестных трендов, создавая вневременные изделия-предметы искусства, которые сегодня представлены во многих музеях мира.

Дизайнер продолжает развиваться в направлении инноваций, реализуя новые технологии изготовления одежды, которые ранее не представлялись возможными. Модный дом заглядывает в будущее, связывая моду с архитектурой, биологией, инжинирингом в поиске путей устойчивого развития и представления новой красоты в искусстве.

## Глава 4. Взаимодействие фэшн-дизайна и индустрии видеоигр в сезоне 2023-2024

За десятки лет своего существования игры оказали огромное влияние на общество и технологический процесс, а масштабы игровой индустрии можно сравнить с масштабами кино и литературы. Видеоигры создают определенный толчок в области развития техники. С каждым годом производители игровых платформ стараются улучшить свою продукцию, чтобы дать потребителю картинку наивысшего качества. Игры несут в себе не только развлекательный характер, но и огромную смысловую нагрузку.

Рассмотрены самые ожидаемые игры на 2023-2024 г. Издатель многих серий игр, Capcom Company, планирует выпустить «Resident Evil 4 Remake» 24 марта 2023 года. Жанр данной игры - экшен и шутер. Игра выходит на таких платформах, как PC, PS4, PS5, Xbox Series. В данной игре игрок управляет американским правительственным агентом Леоном Скоттом Кеннеди, который выполняет операцию по спасению Эшли Грэм, дочери президента Соединённых Штатов, из испанской деревни, где правит Лос-Иллюминадос, жестокий культ, подчиняющийся древнему паразиту.

GSC World Publishing анонсировал выход игры «S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl» на декабрь 2023 года. Игра будет поддерживаться такими платформами, как PC, Xbox Series. Действие игры происходит в 30-ти километровой зоне отчуждения Чернобыльской АЭС. Где, после 20-ти летнего «относительного затишья», вновь произошел аварийный выброс радиации и чего-то, что вызвало новый всплеск аномалий. В результате повторной катастрофы, здесь изменились законы физики, химии и биологии. Появились мутировавшие живые существа, образовалось огромное количество зон, в которых происходит что-то странное.

«Alan Wake 2» от создателей Epic Games Publishing ожидается в течение 2023 на платформах PC, PS5, Xbox Series. Жена автора бестселлеров Алана Уэйка Алиса, таинственным образом исчезает во время их отпуска в городке Брайт-Фолс. По мере того, как Уэйк начинает находить страницы триллера, который он не помнит, Брайт-Фолс становится гораздо более зловещим. Злобное темное нечто начинает овладевать горожанами и насмехаться над Уэйком, доводя его до грани здравомыслия, когда он пытается разгадать углубляющуюся тайну и найти Алису. Alan Wake 2 является прямым продолжением Alan Wake, вышедшей в 2010 году. Игроков ожидает

напряженная атмосфера и запутанная, многослойная психологическая история.

«Aliens: Dark Descent» планируют выпустить в течении 2023 на платформах PC, PS4, PS5, Xbox One, Xbox Series. В сюжете отряд опытных колониальных морских пехотинцев, чтобы остановить нашествие ужасных ксеноморфов отправляется на Лунную Лету. Мы введем своих солдат в бой против легендарных ксеноморфов и мошенников из ненасытной корпорации Weyland-Yutani, которые исследуют этих ужасающих существ. Кроме новых врагов мы встретим и уже знакомых — Мать Королеву, ксеноморфов Facehuggers и ксеноморфов преторианцев.

The Wolf Among Us 2 — второй сезон эпизодического приключения от Telltale Games, основанного на серии комиксов Fables. Игра должна выйти в течении 2023 года. Действие сюжета происходит спустя полгода после событий первого сезона. Сюжет будет сосредоточен вокруг Волка и Белоснежки, изображения с которыми уже опубликовали авторы. В ходе прохождения вам предстоит иногда принимать решения, которые могут вам не понравиться.

В 2024 году ожидается выход игры «The Lost Wild» от издателя Annapurna Interactive на платформе PC. Одиночный приключенческий хоррор на выживание от 1-го лица во вселенной динозавров. По сюжету главный герой попал на остров, населённый динозаврами. Его судьба полностью зависит от смекалки и навыков выживания в диких джунглях среди опасных существ на земле.

Видеоигры с каждым годом набирают все большую популярность. В данной индустрии каждый может найти для себя пользу. Модные дома, также, не обошли игровую индустрию стороной. В век цифровых технологий, дизайнеры все чаще сотрудничают с различными издателями игр и создают уникальный виртуальный продукт.

Louis Vuitton<sup>4</sup> был одним из первых люксовых брендов, увидевших возможность кастомизации игровых персонажей (рис. 1). В сентябре 2019 года французский дом моды объявил о совместной работе с League of Legends<sup>5</sup> на время чемпионата мира по онлайн-боевой видеоигре. В рамках сотрудничества Louis Vuitton создал кейс для главной награды киберспортивного турнира, Кубка призывателя, и два эксклюзивных образа для Кианы и

<sup>4</sup> Louis Vuitton — французский дом моды, специализирующийся на производстве чемоданов и сумок, модной одежды, парфюмерии и аксессуаров класса «люкс» под одноимённой торговой маркой. В настоящее время компания является частью международного холдинга LVMH.

<sup>5</sup> League of Legends— многопользовательская компьютерная игра в жанре MOBA, разработанная и выпущенная американской компанией Riot Games в 2009 году для платформ Microsoft Windows и macOS.

Сенны. Разработкой образов занимался креативный директор женского отделения модного дома - Николая Гескьер.



Рисунок 1. Louis Vuitton & League of Legends 2019

Креативный директор дома Moschino<sup>6</sup>, Джереми Скотт, сыграл на миллениальской слабости, любви к игре The Sims. В 2019 году у поклонников популярного симулятора жизни появилась возможность скоординировать свой образ с образом своего любимого персонажа. С этой целью была выпущена капсульная коллекция (рис. 2а) и игровой набор The Sims 4: Moschino (рис. 2б). В коллекцию вошли куртки, брюки, футболки, худи, платья, купальники, туфли и ботинки, украшенные пиксельными принтами, цепями и логотипом итальянской марки. Главным героем коллаборации стал ледяной кролик Freezer Bunny – пасхалка, часто встречающаяся в серии игр The Sims.



а)

б)

Рисунок 2. а) Капсульная коллекция Moschino 2019; б) игровой набор The Sims 4: Moschino

В марте 2020 года компания Nintendo<sup>7</sup> выпустила игру Animal Crossing<sup>8</sup>: New Horizons, позволяющую воссоздавать модные образы известных модных домов (рис. 3). Марк Джейкобс<sup>9</sup> анонсировал выпуск коллекции,

<sup>6</sup> Moschino — итальянская компания, основанная в 1983 году дизайнером Франко Москино, производитель модной одежды, тканей, парфюмерии, товаров для дома, аксессуаров и других предметов роскоши.

<sup>7</sup> Nintendo — японская компания, специализирующаяся на создании видеоигр и игровых систем.

<sup>8</sup> Animal Crossing — серия видеоигр в жанре симулятор жизни, разработанная и выпущенная японской компанией Nintendo и созданная японским геймдизайнером Кацуя Эгути.

<sup>9</sup> Марк Джейкобс — американский модельер, создатель собственной марки Marc Jacobs, в 1997—2013 годах занимал художественное руководство модного дома Louis Vuitton.

созданной в сотрудничестве с Animal Crossing Fashion Archive<sup>10</sup>, повествующем о моде внутри игры. Наряду с полосатыми свитерами и фиолетовым платьем с длинными рукавами, Marc Jacobs<sup>11</sup> разработал синюю рубашку с белыми карманами, черное, фиолетовое и синее пальто и розовый джемпер с вышивкой.



Рисунок 3. Marc Jacobs & Animal Crossing: New Horizons 2020

Американский модный дом Marc Jacobs — не единственный, кто выпустил оцифрованную одежду для Animal Crossing. С Animal Crossing Fashion Archive сотрудничал и Valentino<sup>12</sup>, который представил 20 загружаемых нарядов (рис. 4а), взятых из коллекций Spring/Summer 2020 (рис. 4б) и Pre-Fall 2020.



а)

б)

Рисунок 4. а) одежда для Animal Crossing; б) Valentino Spring/Summer 2020

Осенью 2020 года модный дом Gucci<sup>13</sup> объединился с Grimcookies, разработчиком дополнительного контента для The Sims 4, для воссоздания в игре своей экологичной коллекции «Off The Grid» (рис. 5а, 5б).

<sup>10</sup> Созданная музыкантом и визуальным художником Кара Чунг страница в Instagram (запрещенная социальная сеть в РФ), которая позволяет игрокам отправлять свои модные проекты.

<sup>11</sup> Marc Jacobs – одноименный модный дом американского модельера Марка Джейкобса

<sup>12</sup> «Valentino S.p.A.» — итальянский модный дом, основанный в 1960 году дизайнером, Валентино Гаравани и входящий в Valentino Fashion Group. С октября 2008 года креативным директором дома является Пьер Паоло Пиччولي. Штаб-квартира Valentino находится в Милане.

<sup>13</sup> Gucci — итальянский дом моды, производитель одежды, парфюмерии, аксессуаров и текстиля класса «люкс».



а)

б)

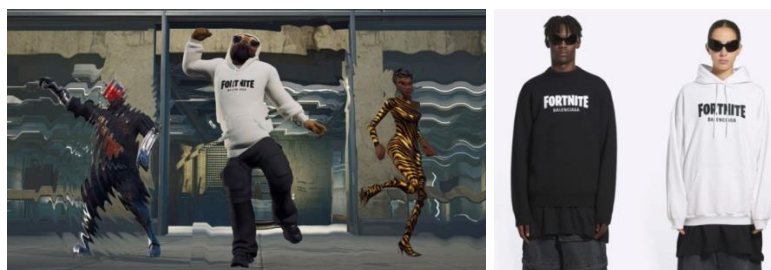
Рисунок 5. а) цифровая коллекция Gucci «Off The Grid» 2020 в The Sims 4; б) коллекция Gucci «Off The Grid» 2020

В 2020 году Gucci также поработал с симулятором теннисных матчей Tennis Clash<sup>14</sup>. В мобильном приложении, в которое можно играть с другими пользователями в режиме реального времени, появилось два новых героя, полностью одетых в вещи итальянской компании (рис. 6а). В честь выхода коллекции в игре также прошел специальный чемпионат для фанатов.



Рисунок 6. Gucci & Tennis Clash 2020

В сентябре 2021 года Balenciaga<sup>15</sup> разработал одежду для самых популярных персонажей компьютерной игры Fortnite<sup>16</sup> (рис. 7а, 7б). В виртуальную коллекцию вошли четыре экипировки — «Модная Баньши», «Стильный Собакен», «Рыцарь-геймер» и «Кольчужная Рамирес», а также кастомизированные кирки, рюкзаки и дельтаплан.



а)

б)

Рисунок 7. а) виртуальная коллекция Balenciaga 2020; б) коллекция Balenciaga в сотрудничестве с Fortnite 2020

<sup>14</sup> Tennis Clash — это многопользовательский онлайн-теннис/

<sup>15</sup> Balenciaga — дом моды, основанный испанским дизайнером Кристобелем Баленсиагой. Ныне дом Balenciaga принадлежит французской модной группе Kering.

<sup>16</sup> Fortnite — компьютерная онлайн-игра, разработанная американской компанией Epic Games совместно с People Can Fly и выпущенная в ранний доступ в 2017 году.

Итальянский модный дом роскошной одежды, основанный в 1952 году Рене Рамильоном, Moncler заключил партнерские отношения с Fortnite (рис. 8а). В совместную капсулу, вдохновленную коллекцией 6 Moncler 1017 Alyx 9SM<sup>17</sup> (рис. 8б), вошли вещи для главных героев игры Андре и Рене — дутые куртки, солнцезащитные очки и вязаные шапки. Цвет одежды варьировался в зависимости от уровня игрока: чем он выше — тем темнее гамма. Компания позаботилась также и о снаряжении и подготовила для персонажей глайндер, кирку и крепежи на спину.



Рисунок 8. а) Капсульная коллекция Moncler 2021 для Fortnite; б) Коллекция Moncler, созданная в сотрудничестве с 1017 Alyx 9SM

Британский модный дом Burberry в сотрудничестве с видеоигрой Minecraft выпустил в 2022 году коллекцию игровой одежды, игральную "Burberry & Minecraft Universe"<sup>18</sup> и ряд физической одежды, выпущенной ограниченным тиражом. Цифровая коллекция из 15 предметов была разработана для игроков популярной игры на выживание Minecraft и включает в себя предметы с монограммой Thomas Burberry, состоящей из инициалов основателя Burberry TB. Игроки могут выбрать один из пяти различных образов (рис. 9а, 9б, 9в), включая простые белые футболки, клетчатые шарфы, свитера, украшенные логотипом Burberry, и юбки длиной до колен, среди прочего.

<sup>17</sup> Коллекция Moncler, созданная в сотрудничестве с 1017 Alyx 9SM. Мрачная и гипертехническая эстетика, сочетающая утилитарность с ремесленничеством, диктует особый способ использования металлических элементов.

<sup>18</sup> Бренд Burberry и игровая франшиза Minecraft создали совместную капсульную коллекцию, которая стала продолжением приключенческой игры «Minecraft x Burberry: Freedom to Go Beyond».





Рисунок 9. а) Burberry & Minecraft Universe 2022; б) Burberry & Minecraft Universe 2022; в) Burberry & Minecraft Universe 2022

В 2022 году во время недели моды в Нью-Йорке Томми Хилфигер<sup>19</sup> решил провести прямую трансляцию своего показа мод на Roblox<sup>20</sup>. Онлайн-гости могли выбирать между прямой трансляцией шоу (рис. 10б, 10в) в Нью-Йорке или просмотром коллекции виртуально на аватарах (рис. 10а).



Рисунок 10. а) Tommy Hilfiger & Roblox 2022; б) Tommy Hilfiger & Roblox 2022 ; в) Tommy Hilfiger & Roblox 2022

<sup>19</sup> Thomas Jacob Hilfiger - американский модельер и предприниматель, основатель бренда Tommy Hilfiger. Обладатель звания «Лучший дизайнер мужской одежды» (1995) и лауреат премии Джоффри Бина за пожизненные заслуги (2012) от Совета модельеров Америки.

<sup>20</sup> Roblox — игровая онлайн-платформа и система создания игр, позволяющая любому пользователю создавать свои собственные и играть в созданные другими игры, охватывающие широкий спектр жанров.

## Глава 5. Взаимодействие фэшн-дизайна и культуры андерграунда в сезоне 2023-2024

Современное уличное искусство по-прежнему считается для многих людей чем-то странным и бесполезным, но это не так. Художники безостановочно ищут новые и новые пути самовыражения, и улицы городов в разных странах мира послужили замечательной площадкой для представления себя и своего творчества.

Уличное искусство является в настоящее время одним из наиболее привлекательных аспектов инвестирования, как пишет журнал Forbes<sup>21</sup> в статье от 29 июня 2022 года “Расцвет уличного искусства и его перспективы для инвесторов”. Это постоянно развивающаяся площадка, на которой в любой момент может родиться новое направление.

В 2023-2024 годах ожидается большое количество фестивалей уличного искусства в разных частях мира. В Австралии в городе Франкстон фестиваль пройдет с 20-26 марта 2023 года, в Англии 6-9 июня пройдет масштабный фестиваль NASS, в США фестивали пройдут сразу в нескольких штатах. В 2024 году в Эстонском городе Тарту планируется выставка. Она будет представлять международной аудитории уличное искусство города. Выставка посетит различные европейские города и фестивали.

В Москве также ожидается фестиваль андерграунд искусства Mostick. Он пройдет весной 2023 года. В выставке стикеров может принять участие любой желающий.

Стикербомбинг<sup>22</sup> - один из видов андерграунд искусства, активно набирающий популярность среди школьников и подростков. Зародилось движение в Японии много лет назад, но международную известность начало получать только в последние годы. Изменилась смысловая составляющая данного движения. Раньше стикеры не имели за собой ни истории, ни смысла. Сейчас каждый стикер принадлежит определенному художнику или группе художников и является некой рекламой их творчества. В отличие от граффити стикербомбинг не требует определенных навыков рисования и является более быстрым и безопасным способом самовыражения на улицах города.

<sup>21</sup> Forbes - американский финансово-экономический журнал, одно из наиболее авторитетных и известных экономических печатных изданий в мире

<sup>22</sup> Стикербомбинг - направление андерграунд искусства, заключающееся в том, чтобы создавать персональные наклейки и расклеивать их в самых заметных местах.

Помимо стикербомбинга существует ряд видов андерграунд искусства набирающих популярность. В наши дни появляется все больше стрит-арта со смыслом. Рисунки и надписи зачастую несут какую-то идею, протест. В связи со всеми событиями, происходящими в мире, андерграунд общество не осталось в стороне. На улицах многих стран появляются граффити, отражающие чувства и мысли людей. Так, например, уличный художник из Братиславы, работающий под псевдонимом Doke, освятил в своем рисунке проблему с ценами на газ в Европе (рис.1). Также, знаменитый уличный художник Banksy создал серию работ на стенах полуразрушенных зданий в поселке Бородянка.



Рисунок 1. а) Стрит-арт от уличного художника Doke 2022г.; б) Стрит-арт от Banksy 2022г.

Другое уличное искусство, все чаще встречающееся на улицах городов - глиняное искусство. Как и стикербомбинг это движение является более безопасным, чем граффити, так как вся основная подготовка проходит дома. На улице закрепление глиняной фигуры на стене занимает не больше минуты.



Рисунок 2. Стена с глиняным искусством в центре дизайна Арт-плей, Москва 2022г.

Андерграунд<sup>23</sup> искусство не стоит на месте, художники постоянно придумывают новые концепты и пути самовыражения. Так, например, художник работающий под псевдонимом Кирилл Кто вырезает глаза в покрытиях, которыми закрывают здания на время реставрации. Эти глаза открывают прохожим вид на то, как на самом деле выглядят здания.

Многие модные дома вдохновлялись искусством улиц. В 2009 году, на тот момент модельер французского дома моды Louis Vuitton, Марк Джейкобс создал коллекцию со знаковыми мотивами творчества Стивена Спрауса<sup>24</sup>, а именно граффити и сверхразмерные розы.



Рисунок 3. Коллекция сумок Louis Vuitton 2009г.

В 2015 граффити-художник Джозеф Тирни, рисующий под псевдонимом Rime, обвинил креативного директора Moschino Джереми Скотта в плагиате (рис.4). Джозеф Торни заявил, что создал граффити еще в 2012 году для организации The Seventh Letter<sup>25</sup>. Кэти Перри и Джереми Скотт вскоре после этого появились в нарядах с авторским принтом на Met Gala.



Рисунок 4. Плагиат Moschino

<sup>23</sup> Андерграунд - совокупность творческих направлений в современном искусстве, противопоставляющихся массовой культуре.

<sup>24</sup> Стивен Спрауз - американский дизайнер, граффити художник и модельер. Сделал себе имя на синтезе панк-эстетики и поп-культуры.

<sup>25</sup> 7th Letter - молодежный бренд уличной одежды, объединяющий в себе художников граффити, татуировки, изобразительное искусство и дизайн.

Помимо скандального платья, в коллекции Moschino осень-зима 2015/2016 был еще ряд образов, вдохновленных граффити-культурой (рис.5).



Рисунок 5. Коллекция Moschino осень-зима 2015/2016

Также в 2015 году креативный директор Prada Раф Симонс расписал белое пальто для показа осень-зима 2015. Пальто понравилось даже Рианне.



Рисунок 6. Пальто Prada 2015г.

Для совместной работы над коллекцией осень-зима 2016 креативный директор Gucci Алессандро Микеле пригласил уличного художника Trouble Andrew. Художник использовал две зеркально расположенных буквы G и другие интересные решения, которые он выполнял в граффити стиле поверх готовых аксессуаров и одежды. Также Trouble Andrew<sup>26</sup> придумал слоган "Life is Gucci".

<sup>26</sup> Trouble Andrew (Тревор Эндрю) — в прошлом успешный сноубордист, в настоящее время известный музыкант и граффити художник.



Рисунок 7. Коллекция Gucci осень-зима 2016г.

В 2017 году Balenciaga представила сумки Graffiti Collection (рис.8). Серия багажа из черной кожи, расписанного в граффити стиле. На рюкзаках, косметичках и сумках появились ироничные надписи «Leather», «Couture» и «Collection».



Рисунок 8. Сумки Balenciaga Graffiti Collection 2017г.

На следующий год Balenciaga не оставила тему уличного искусства. Для показа осень-зима 2017/2018 модный дом собрал гостей в одной из телевизионных студий Studios De Television De La Plaine St Denis в Париже, где разместил гору, разрисованную разноцветными граффити и слоганами (рис.9).

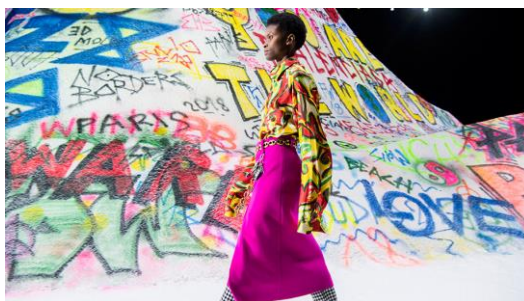


Рисунок 9. Показ Balenciaga осень-зима 2017/2018г.

Дебют первой коллекции Кима Джонса<sup>27</sup> весна-лето 2019 для Dior Homme состоялся в тесном сотрудничестве с Брайаном Донелли, работающим под псевдонимом Kaws (рис.10).



Рисунок 10. Коллекция Dior весна-лето 2019г.

Стрит-арт используется дизайнерами модных домов не только как источник вдохновения, но и в качестве рекламных и иного рода кампаний. У Gucci уже давно действует инициатива Chime for Change<sup>28</sup> посвященная гендерному равенству. В рамках инициативы, существующей уже больше 7 лет, бренд провел более 400 акций в 89 страна мира и часть из них была в сотрудничестве с уличными художниками: те создавали для Gucci тематические рисунки на стенах на тему гендерной идентичности, проблемы беженцев и другие (рис.11).



Рисунок 11. а) Работа, посвященная проблеме беженцев; б) Оформление выставки Gucci о маскулинности

В 2016 году тротуары Лондона, Милана и Нью-Йорка стали основой для проекта Dolce&Gabbana Family (рис.12). Очаровательный стрит-арт был

<sup>27</sup> Ким Джонс — креативный директор Dior Homme.

<sup>28</sup> Chime For Change – проект Gucci, участники которого борются за права женщин по всему миру.

нанесен с помощью экологичных материалов. Было сделано сто рисунков в каждом из перечисленных городов.



Рисунок 12. Проект Dolce&Gabbana Family

Андерграунд культура активно используется модными домами, как инструмент. Модные дома могут сотрудничать с уличными художниками и размещать изображения или надписи на одежде или аксессуарах, могут использовать граффити на улицах городов для привлечения внимания к какой-то теме, а также использовать провокационные лозунги в лучших традициях уличной культуры. Так, например визитной карточкой модного дома Moschino всегда были ироничные лозунги на одежде и аксессуарах. Тренд на такие слоганы ввел еще Франко Москино: он рано понял, что его показы должны быть праздником, и доказал, что к моде нельзя относиться слишком серьезно. Многие критики утверждали, что модельер относится к моде как к наглядному искусству, и отчасти это было правдой. Слоганы на одежде были обращены к актуальным социальным, политическим и экономическим вопросам. «Обезжирено на 100%», «Улыбайся, ешь, целуйся, смейся, говори, пей», «Хорошего вкуса не существует» – примеры шуточных надписей.

В 2017 году самой популярной вещью, отражающей настроение общества, стала футболка Dior с надписью: «We Should All Be Feminists» – мы все должны быть феминистками. В тот год произошло много знаковых для общества событий: протесты против избрания Дональда Трампа, масштабный женский марш, гендерная революция. Безусловно, все это не прошло для моды бесследно.



## Глава 6. Ковер: социокультурный исторический контекст возникновения и его отражение в новейшем фэшн-дизайне

Имея представление о богатой истории ковра, которая берет свое начало порядка 4000 лет назад в Персии (по самой распространенной версии этнографа и археолога С.И. Руденко<sup>29</sup> (1885–1969)), в данной статье мы намеренно сужаем рамки исследовательского поля. Ковер как предмет декоративно-прикладного искусства может рассматриваться в разных контекстах — например, в историческом, политическом, социокультурном. Последний в этом перечне представляет для нас наибольший интерес. Цель исследования — зафиксировать актуальность макротенденции использования мотива ковра в фэшн-дизайне. Фокус исследования настроен на страны Западной Европы (Италию и Францию) и Россию, где выявлена связь фэшн-дизайна с локальными направлениями ковроткачества.

Для достижения цели нам необходимо решить несколько задач. Во-первых, выделить индивидуальные особенности ковроткачества трех выбранных территорий — стилистические, технологические и символические. Во-вторых, рассмотреть современные примеры работ модных домов с коврами через призму связи с местом происхождения локальных традиций ковроткачества. Наша гипотеза заключается в следующем: несмотря на преломление в современных формах, ковер сохраняет свой локализованный социокультурный контекст, требующий дополнительной дешифровки.

Принято считать, что прародиной ковра является Персия (территория современного Ирана). Это утверждение подкрепляет археологическая находка, совершенная экспедицией Института Археологии АН СССР под руководством Сергея Руденко в 1949 году в Республике Алтай. Тогда во время проведения раскопок Пятого Пазырыкского кургана<sup>30</sup> был найден узелковый ворсовый ковёр, период происхождения которого датирован V в. до н. э. Несмотря на место обнаружения, Руденко обозначил происхождение артефакта как переднеазиатское или среднеазиатское. Свое заключение

<sup>29</sup> С.И. Руденко (1885–1969) – российский и советский археолог, антрополог, этнолог, гидролог. Магистр географии (1917), доктор технических наук (1944), профессор (1919, 1950), действительный член Русского географического общества (1911), член Парижского антропологического общества (1914). Его научное наследие составляет более 140 печатных работ, часть из которых опубликована на иностранных языках. Долгое время ученый занимался археологическими и этнографическими исследованиями на Алтае.

<sup>30</sup> Курганы находятся в урочище Пазырык, на правом берегу реки Большой Улаган, по дороге из Улагана (16 км) в деревню Балыктуюль и представляют собой могилы родовых или племенных вождей, сооруженные в основном в V–IV вв. до н.э. Пятый курган, самый богатый из восьми по набору вещей, был раскопан в 1949 году командой археологов под руководством С. И. Руденко. Под каменной насыпью высотой 4 м и диаметром 42 м находилась могильная яма глубиной 4 м, площадью 55 м<sup>2</sup>.

исследователь аргументировал произведенным художественным и стилистическим анализом, который показал следующее.

«Изображение коня — его убранство, чёлка, завязанная в виде султана, хвост, завязанный бантом, коврик вместо седла — характерно для Передней Азии и чуждо Алтаю. Алтайцы гриву коня подстригали, хвост заплетали в косу, вместо ковриков употребляли седла с подпругами, нагрудными и подхвостными ремнями», – утверждал Руденко. Еще одно наблюдение исследователя: «Обращают на себя внимание изображенные на ковре лани. Строение тела, форма головы, “пятнистость”, широколопастные рога, весь экстерьер, включая относительно длинный хвост, — все это, как уже говорилось выше, свидетельствует о том, что изображены самцы переднеазиатской лани (или чубарые олени). На Алтае чубарые олени никогда не водились». Существует множество теорий, касающихся причин появления в алтайском кургане найденного ковра, однако история его происхождения вызывает меньше споров. По самой популярной теории, выдвинутой тем же Руденко, ковер был соткан иранским народом (персами, парфянами или мидийцами). В этой связи персидский ковер считается эталонным примером искусства ковроткачества, техника и узоры которого постоянно претерпевали изменения в соответствии со временем и новыми территориями распространения.

Самые известные узоры, по которым определяют ковер как персидский, это афшан (россыпь цветов, бутонов и листьев), баги (схематичное изображение парка, украшенного аллеями с деревьями и кустарниками), гульдани (крупное изображение вазы с цветами), мохаррамат (размноженное изображение колонн), бута (известный больше как «огурец») и др. На истории эволюции последнего из перечисленных узоров мы сосредоточимся более предметно позже.

Самый известный период производства персидских ковров относят ко времени правления сефевидской династии (1501–1722 гг. н.э.)<sup>31</sup>. За два столетия они стали одним из самых популярных товаров на экспорт, благодаря чему о качестве и высочайшем уровне исполнения персидских ковров узнали во всем мире. Особой популярностью они пользовались в странах западной Европы, где ковры применялись для украшения королевских дворцов и замков.

В средние века персидские ковры начали производиться в более крупных масштабах с использованием новых технологий и материалов.

---

<sup>31</sup> Сефевиды — иранская шахская династия, правители Сефевидского государства, располагавшегося на территориях современного Ирана, Азербайджана, Западного Афганистана, а также Пакистана. Правил с начала XIV века районом Ардебиль на севере Ирана, а в 1501–1722 и 1729–1736 годах — всей территорией Ирана. Столицей Сефевидского государства стал город Тебриз; впоследствии столица была перенесена в Казвин, а оттуда — в Исфахан.

Традиционные персидские узоры получают стилистическую трансформацию с учетом актуальных европейских стилей. Рассмотрим эти процессы более детально на примере Италии.

В сравнении с другими средневековыми европейскими странами Италия считалась самой экономически развитой. Активная торговля со странами востока привела к неизбежному развитию собственного текстильного производства — гораздо более выгодного. В XIV веке Венеция, Генуя, Сиенна, Флоренция и Венеция становятся ключевыми центрами производства итальянских тканей. Что интересно, Венеция в основном производила материалы для экспорта на восток, поэтому орнаменты тканей носили экзотический характер и часто складывались из узоров, знакомым по тем, что использовались в персидских коврах.

Преимственность к восточным образцам в раннем средневековье ощущалась с точки зрения построения композиций (относительно как тканей, так и ковров). Орнаменты, как и в персидских образцах, строились на повторении паттернов и симметрии, долгое время рисунок оставался двухмерным. Но принадлежность к территории выражается во включении элементов геральдики. К позднему Возрождению тенденции меняются — художники все сильнее тяготеют к реализму, новые цветовые эффекты дают объем, у тканых полотен появляются сюжеты, часто синхронизирующиеся с живописными шедеврами великих мастеров своего времени.

Доказательством тому служит Галерея гобеленов (шпалер) (Galleria degli Arazzi)<sup>32</sup> в Ватикане. Формирование ее коллекции начинается с XVI века — когда росписи в Сикстинской капелле были доведены до конца, но свободную часть стен под фресками требовалось чем-то закрыть. Сам Рафаэль Санти (1483–1520)<sup>33</sup> разработал картоны (рисунки) с сюжетами из жизни Апостолов Петра и Павла, которые в дальнейшем легли в основу «мобильных» картин — шпалер (односторонних безворсовых ковров). Зимой 1519 года выполненные на заказ шпалеры были продемонстрированы в Сикстинской капелле — уровень исполнения вызвал всеобщее восхищение, ведь то были настоящие живописные полотна, только сотканые из нитей.

<sup>32</sup> Галерея гобеленов (шпалер) — одна из трех знаменитых великих галерей Ватикана наряду с Галереей географических карт и Галереей канделябров. В 1838 году сюда поместили гобелены, созданные на основе картонов учеников Рафаэля Санти брюссельскими мастерами. Заказчиком стал Климент VII Медичи, который, как и другие понтифики того времени, стремился внести свой вклад в художественное оформление Сикстинской капеллы. Их называли гобеленами «Новой школы» (Della Scuola Nuova) — чтобы отличить от гобеленов «Старой школы», сотканых по рисункам самого Рафаэля.

<sup>33</sup> Рафаэль Санти (1483–1520) — итальянский живописец, рисовальщик и архитектор умбрийской, флорентийской, а затем римской школы. Один из представителей искусства эпохи Высокого Возрождения, или «римского классицизма» начала XVI века. В своих произведениях он воплотил представление о возвышенных идеалах ренессансного гуманизма, сумев соединить вечные, восходящие к античности, представления о красоте и новое христианское мироощущение.

Копирование восточных образцов происходило сравнительно недолго — к началу XVI века восточные узоры перестают интересовать итальянских мастеров, тканая продукция обретает набор фирменных приемов и отличительных признаков. Но мы не будем углубляться в дальнейшую историю самостоятельного развития итальянского ткачества. Наша задача заключается в том, чтобы отследить интерес к персидским орнаментам, выраженный современными модными домами в Италии, и разобраться с причинами его возникновения. Вызван ли интерес исключительно декоративной составляющей или обусловлен более глубоким погружением в орнаментологию персидских ковров?

Один из показательных примеров адаптации ориентальных узоров — история развития итальянского модного дома ETRO<sup>34</sup>. Основанный Джероламо (Джиммо) Этро (р. 1939) в 1968 году как производитель тканей, модный дом через 13 лет сменил вектор развития. Причиной тому стало личное открытие Джероламо: во время поездки в Индию его покорила кашемир с «огуречными мотивами» (или узором пейсли). ETRO начинает выпускать ткани с этим орнаментом, экспериментируя с цветом и размером узоров. В 1981 году ETRO разрабатывает первую коллекцию тканей для обивки мебели, а через три года начато производство из кожи и пластика. После запуска двух линий для дома — Home Collection и Home Accessory — компания приступает к одежде и обуви. Воплощенный в разной форме, узор пейсли становится визитной карточкой компании.

Что известно об этом узоре? Отследить точную дату и место его появления не представляется возможным. Тем не менее, существует несколько теорий о происхождении орнамента. Согласно гипотезе, выдвинутой историком Сэмом Уиллисом в документальном фильме “The Silk Road” (2016) от BBC<sup>35</sup>, посвященному шелковому пути, одним из мест возникновения пейсли может быть иранский город Йезд. В зависимости от территории распространения узор имеет локальные названия: турецкий/японский огурец, персидский кипарис, бута (в Азербайджане), «Слеза Аллаха» (во всех арабских странах). В Индии этот узор ассоциируется с богом Ганешей или пальмовым листом, в арабских странах — с вечной жизнью, а в Азербайджане — с пламенем или огнем (который также символизирует жизнь).

<sup>34</sup> ETRO — итальянская компания, основанная в 1968 году модельером Джероламо (Джиммо) Этро. Изначально производила ткани, позже — модную одежду, парфюмерию, товары для дома, аксессуары и другие предметы роскоши. Компания остается частной и управляется четырьмя детьми Джиммо: Якопо — директор Home Collection и управляющий текстильным производством; Ипполито — финансовый директор; Кean и Вероника — координаторы и креативные директора мужской и женской одежды.

<sup>35</sup> The Silk Road — трехсерийный документальный фильм, снятый по заказу компании BBC и выпущенный в 2016 году. Каждая часть посвящена отдельной территории Великого шелкового пути.

Каким образом обуславливает свою связь с узором пейсли семейство Этро? В документальном фильме-путешествии<sup>36</sup>, снятом в 2011 году ведущим Владимиром Познером в партнерстве с Иваном Ургантом, Джероламо Этро говорит о том, что стремился создать стиль, который бы в дальнейшем его дети могли интерпретировать в современных формах. Стиль ETRO в его представлении — это семейный стиль, глубокий и не прерывающийся во времени. Кean Этро (р. 1964), один из ведущих дизайнеров модного дома и сын Джероламо, в этом же интервью опровергает тезис Познера о том, что пейсли не имеет ничего общего с европейской культурой. Кean считает, что все мы принадлежим к индо-европейской расе, и, соответственно, работа с пейсли в случае ETRO — это ничто иное, как возвращение к традициям.

Технология изготовления, на которую модный дом делает особую ставку, в том числе сохраняет культурную связь с восточными образцами — все ткани изготавливаются вручную, нередко воспроизводя древние техники в современных условиях. Особого внимания заслуживает смоляной жаккард ETRO PAISLEY, полученный посредством обработки пятью различными способами. Этот материал позиционирует себя как альтернатива натуральной коже — эксклюзивность происхождения в определенном роде роднит его с секретами древне-восточного ткачества.

Концентрацией фирменного стиля и технологических приемов ETRO становится юбилейная коллекция, выпущенная в 2018 году по случаю 50-летия компании. Разномасштабные узоры пейсли воплощены в фирменных жаккардовых тканях и гобеленах, тем самым демонстрируя главные ценности ETRO. Стоит отметить, что доминирующая цветовая гамма коллекции совпадает с традиционной гаммой, присущей персидским коврам, — на подиуме был замечен пропорциональный баланс алого, черного, коричневого и белых цветов. Тем самым, дизайнеры не только продемонстрировали полувековой семейный опыт, но и обозначили четкую отсылку к первоисточнику вдохновения.

Другой пример культурной апроприации ориентальных мотивов продемонстрировал модный дом GUCCI<sup>37</sup> в сезонной коллекции осень-зима 2008.

<sup>36</sup> «Их Италия» — третий фильм-путешествие, выпущенный Первым каналом в 2012 году и посвященный Италии. В каждой серии фильма ведущие — Владимир Познер и Иван Ургант — встречаются с известными итальянцами — артистами, музыкантами, политиками и другими важными персонами. В шестой серии под названием «Итальянский характер» Познер и Ургант посещают мастерскую ETRO и общаются с основателем модного дома Джероламо Этро и его сыном Кеаном.

<sup>37</sup> Дом моды GUCCI был основан Гуччо Гуччи (1881–1953) во Флоренции в 1921 году. Почти с начала открытия лавки Гуччи помогли его сыновья — Альдо, Васко, Родольфо и усыновленный Уго. Наибольшую заинтересованность к расширению и продвижению семейного бизнеса проявил Альдо. В 1933 году именно он придумал легендарный логотип модного дома — две переплетенные буквы G. К 1990 году Маурицио (сын Родольфо) остается единственным наследником Гуччи Гуччи в компании, а в 1993-м он продает Investcorp оставшиеся у него 50% Gucci. Сегодня модный дом принадлежит французскому конгломерату Kering, специализирующемся на товарах класса «люкс».

Глядя на гобеленовое пальто и короткие платья с шифоновым принтом с откидными юбками, невольно вспоминаются традиционные орнаменты Узбекистана и Туркменистана, которые часто используются в художественном оформлении ковров. По словам Фриды Джаннини (р. 1972)<sup>38</sup>, занимавшей в то время пост креативного директора GUCCI, вдохновением для коллекции послужил русский и казачий фольклор.

Вплетение восточных мотивов — результат эксперимента, не имеющего прямых отсылок к истории самого модного дома. Ориентация на неагрессивную и не вульгарную сексуальность, которую обозначил Том Форд еще в 1990-х, создала новое представление о роскоши в одежде. Коллекция 2008 года — по сути, еще одна фантазия на эту тему, пропущенная через фильтр ориентальной культуры. Прозрачные фактуры тканей в совокупности с лакированной кожей, золотые браслеты-цепочки, кольцо в форме сердца, летающая кожаная бахрама, сумка под названием «Бабушка», сшитая из ковра, — тому прямое подтверждение. Поэтому использование узнаваемых ткацких орнаментов в прошлом персидских стран — это ничто иное, как один из диалектов языка роскоши, на котором GUCCI говорит со своей аудиторией многие десятилетия.

Итальянский модный дом Cavalli<sup>39</sup> также обращался к ориентальным мотивам — подтверждением служит осенняя коллекция молодежной линии Just Cavalli 2014/2015. Сам Роберто Кавалли (р. 1940) утверждал, что вдохновением для использования в коллекции орнаментальных мотивов, стали персидские ковры, украшающие его флорентийскую виллу. Но даже без учета существующего сторителлинга, включение восточных мотивов сопутствует идеологии модного дома. Исторически Cavalli делает упор на эклектику, синтезируя анималистичный принт с цветочным — вещи модного дома напоминают яркое лоскутное одеяло с обязательными кожаными вставками и яркими акцентами. Глядя на куртки, пальто, брюки, блузки и другие модели коллекции 2014/2015, мы видим использование узнаваемого орнамента афшан (узора из вьющихся стеблей и побегов, усыпанных листьями и цветами), характерного в первую очередь для ковров Тебриз (Табриз-Афшан).

Следующий этап нашего исследования — рассмотреть примеры взаимосвязей между традиционным ковроткачеством и современным модными домами, имеющими французское происхождение. Но перед тем, как

<sup>38</sup> Фрида Джаннини (р. 1972) — итальянский модельер. С 2006 по 2014 год была креативным директором итальянского дома моды GUCCI. До этого имела опыт работы в Fendi и являлась главой отдела женских аксессуаров GUCCI. На посту креативного директора ее сменил модельер Алессандро Микеле.

<sup>39</sup> Фэшн-дизайнер Роберто Кавалли (р. 1940) основал модный дом Cavalli в 1970 году, запатентовав уникальную технику нанесения рисунков на кожу. Сегодня Cavalli выпускает несколько линий: кутюрную Cavalli Couture, молодежную Just Cavalli и детскую RC Junior.

выявить специфику этого влияния, нам следует обозначить национальные признаки ткацкого ремесла в пределах Франции. Настоящий бум коврового производства случился в начале XVII века, одна за другой начинают открываться мануфактуры, и почти все в Париже. В 1601 году основана мануфактура Гобеленов (она же Королевская мануфактура мебелировки), через три года одновременно появляются мануфактуры «Обюссон»<sup>40</sup> и «Савоннери», а в 1664 году — мануфактура Бове<sup>41</sup>. Мастера каждой из них создают уникальный с точки зрения технологии и дизайна продукт. Усиленная конкуренция между производствами существует вплоть до середины XIX века — до того, как ковры начинают ткать в том числе на жаккардовых машинах, что отражается на качестве и художественной ценности изделий. Однако ковры перечисленных мануфактур имеют черты, по которым сегодня можно определить если не принадлежность к конкретному месту производства, то точно установить именно французское происхождение.

В начале XVII века Генрих IV (1553–1610)<sup>42</sup>, король Франции, принимает решение наладить производство предметов роскоши внутри страны. Причиной тому, как и в Италии, становится слишком высокая цена ковров, экспортируемых из стран востока. И так же, как и в Италии, первое время французские мануфактуры ориентируются на восточные образцы. Например, по свидетельствам мастера книжной миниатюры Пьер Дюпона (1560–1640), работавшего в мастерских Лувра, производство ковров происходило «на турецкий манер» (фр. *à la turque*). По другим источникам, ранние французские ковры нередко имитировали персидские. Однако зарождение локальной идентичности в сфере ковроткачества не заставило себя долго ждать. Формирование национального стиля начинается в период правления Людовика XIV (1638–1715)<sup>43</sup> — такая задача была поставлена перед ведущими французскими мастерами.

Все началось с семьи Гобеленов, у которой Генрих IV берет в аренду помещения для работы фламандских мастеров. В скором времени квартал в

<sup>40</sup> Мануфактура Обюссон (фр. *Manufacture d'Aubusson*) — мануфактура по производству шпалер, основанная в XVII веке в городке Обюссон (регион Лимузен, центральная Франция). Признание и известность продукции Обюссон принесла особая гладкая техника плетения. На мануфактуре производили шпалеры с цветочным орнаментом или сюжетными сценами по картонам выдающихся художников: А. Ватто, Ф. Буше, Ж.-Ж. Дюмона, К. Жилло, Н. Ланкре, Ж.-Б. Удри.

<sup>41</sup> Мануфактура Бове (фр. *Manufacture de Beauvais*) — мануфактура по производству безворсовых ковров — шпалер, впоследствии называемых гобеленами. Основана в XVII веке в городе Бове на севере Франции, столице департамента Уаза. Считается второй по значению после Королевской мануфактуры Гобеленов в Париже.

<sup>42</sup> Генрих IV (1553–1610) — король Франции с 1589 года (коронован в 1594), прозванный Великим (а в мире подданных — *le bon roi Henri* — «Добрый королем Анри»). Первый представитель дома Бурбонов на французском престоле. Стремился умиротворить королевство и вернуть ему благосостояние после 40 лет почти непрерывных религиозных войн.

<sup>43</sup> Людовик XIV (1638–1715) также известный как «король-солнце» и Людовик Великий — король Франции и Наварры с 1643 по 1715 год. Царствование Людовика — время значительной консолидации и единства Франции, её военной мощи, политического веса и интеллектуального престижа, расцвета культуры, вошло в историю как Великий век.

юго-восточном предместье Парижа стали называть кварталом Гобеленов. Именно там производят мебель, текстиль и другие детали убранства, напрямую поставляемые ко двору французских монархов. Особую известность мануфактуре Гобеленов приносят шпалеры — безворсовые ковры ручной работы. Поскольку шпалеры в определенном роде стали альтернативой настенным росписям, они сразу были утверждены в статусе декоративно-монументального искусства. Это отразилось на внушительных размерах шпалер, их функциях и содержании (но об этом позже) — ткаными полотнами украшались стены соборов, замков и дворцов, они же служили заменой перегородок, зонировующих пространства. Шпалеры, изготовленные на мануфактуре Гобеленов, обрели собственное название, которое позже закрепилось и за всеми ткаными коврами французского производства — гобелен.

До периода расцвета неоклассицизма, когда мода на присутствие тканых полотен в интерьерах сходит на нет, гобелены в полном объеме отражали идеологию «большого стиля». Сюжеты были многообразны: охотничьи и исторические сцены, геральдические, животные и растительные пейзажи (известные как вердюры), почти всегда обрамленные орнаментальными бордюрами, в определенном роде служившие аллюзией на роскошные позолоченные рамы картин. Шпалеры по точности передачи деталей и богатству красок конкурировали с живописью, впрочем, и сам процесс изготовления был схож с созданием живописного полотна. По эскизам крупных живописцев (от Шарля Лебрена (1619–1690)<sup>44</sup>, который был главным художником мануфактуры с 1662 по 1690 годы и первым королевским живописцем, до Питера Пауля Рубенса (1577–1640)<sup>45</sup> и Симона Вуэ (1590–1649)<sup>46</sup>) создавались картоны для шпалер. Над фигурами людей или животных, пейзажем и орнаментальным обрамлением работали отдельные мастера. И далее картоны передавались ткачам, которые в основном работали в «высокой» технике. Ее смысл заключался в следующем: ткач работал с изнанкой ковра, в то время как напротив лицевой стороны полотна устанавливалось зеркало. Поскольку картон фиксировался за спиной мастера, в зеркальном отражении

<sup>44</sup> Шарль Лебрен (1619–1690) — французский живописец, рисовальщик и теоретик; один из основоположников, идеологов и главных представителей классицистического «большого стиля» эпохи царствования Людовика XIV. Инициатор учреждения, один из первых двенадцати академиков — «старейшин» (в 1648), ректор (с 1655) и директор (с 1683) Королевской академии живописи и скульптуры в Париже, первый живописец короля (с 1664), учредитель Французской академии в Риме (в 1666).

<sup>45</sup> Питер Пауль Рубенс (1577–1640) — нидерландский (фламандский) живописец и рисовальщик, один из основоположников и главных представителей искусства барокко, дипломат, коллекционер. Его творчество — синтез традиций брейгелевского реализма с достижениями венецианской школы. Рубенс специализировался на религиозной живописи (в том числе алтарных образах), писал картины на мифологические и аллегорические сюжеты, портреты, пейзажи и исторические полотна, делал также эскизы для шпалер и книжных иллюстраций.

<sup>46</sup> Симон Вуэ (1590–1649) — французский живописец-монументалист, портретист и декоратор. С 1627 года — «первый живописец короля» Людовика XIII.



он мог видеть, насколько точно его работа соответствует эскизу. Рубчатая фактура и более 400 оттенков шелковых нитей давали глубину изображению, однако многообразие цветов не дошло до нашего времени — краски поблекли, в XVII веке еще не было известно о низкой светостойкости красителей.

Еще один крупный центр французского ковроткачества — это мануфактура Савоннери. Ее название пошло от мыловаренной фабрики (фр. Savonnerie — мыловарня, от savon — мыло) на правом берегу Сены, на месте которой в 1620-х годах и была основана мануфактура. Опуская историю ее формирования, перейдем к стилистическим и технологическим чертам, которые отличают продукцию Савоннери.

Перед тем, как национальный стиль окреп и обрел форму, мастера Савоннери копировали турецкие ковры. В дальнейшем двухмерность, свойственная восточным коврам, уходит — французские художники переключаются свои знания законов перспективы в плоскость ковра. Переходу в трехмерность предшествует увлечение стилем мильфлер (фр. mille-fleurs) — такие ковры имели однотонный фон, полностью заполненный цветами и листьями. Надо сказать, что на протяжении всего времени существования мануфактура делает упор на бессюжетные композиции — чаще всего центром становятся медальон или розетка, вокруг которых выстраивается симметрия остального рисунка. Постепенно орнаменты усложняются, разрабатываются уникальные узоры савоннери — рога изобилия, короны, вазоны, банты с лентами. Только к началу правления Наполеона декор ковров упрощается, акцент смещается в сторону державной ампирной символики. Но суть композиционного построения всегда остается одной.

Говоря о современных формах использования гобеленов в модной индустрии, в качестве примера вспоминается коллекция Saint Laurent<sup>47</sup> сезона весна-лето 2017. Дебютный показ Энтони Ваккарелло (р. 1982)<sup>48</sup> в качестве нового креативного директора модного дома прошел на территории заброшенного архитектурного комплекса в центре Парижа. У ансамбля богатое прошлое — изначально известный как монастырь, в дальнейшем в его стенах расположился военный штаб. На момент показа коллекции комплекс

<sup>47</sup> Yves Saint Laurent (YSL), также Saint Laurent (с 2012 года) парижский дом высокой моды, основанный Ивом Сен-Лораном и его партнёром Пьером Берже в 1961 году. С 1999 года дом принадлежит группе Gucci, которой в свою очередь владеет холдинг Kering. Журнал Vogue писал, что Ив Сен-Лоран перевернул мир моды в 1960-х и 1970-х своим новаторским сочетанием мужского и женского, высокого и низкого, классического и авангардного: «Именно он одел женщин в брючные костюмы, сделал повседневными военные формы и национальные костюмы и принёс дизайнерский прет-а-порте в массы». По словам самого модельера, он создал гардероб современной женщины.

<sup>48</sup> Энтони Ваккарелло (р. 1982) бельгийский модельер. В настоящее время он является креативным директором Yves Saint Laurent. До этой должности он был креативным директором Versus Versace. Также разработал собственную одноименную линию. По словам критиков, силуэты Ваккарелло сочетают в себе элементы провокативной женственности и острой мужественности.

находился на стадии реставрации — символично, что именно это место было выбрано под будущую штаб-квартиру Saint Laurent, и именно здесь утверждается начало новой вехи под флагом Ваккарелло.

По словам нового креативного директора, во время разработки этой коллекции он сконцентрировался на переосмыслении того, какой должна быть девушка Saint Laurent. Ваккарелло отметил, что в его понимании она точно не буржуа и не ассоциирует себя с классикой. Скорее ей близок винтажный дух [8]. В коллекции много отсылок к 1980-м и к архивным моделям Ива Сен-Лорана (1936–2008) в виде глубоких бюстье из кожи и бархата, обтягивающих смокингов и вариаций платьев с одним рукавом. Среди моделей два укороченных жакета и куртка были сшиты из гобеленов с явно восточными орнаментами. Ваккарелло не говорит об этом напрямую, но мы смеем предположить, что выбор этого материала обусловлен одновременно связью с традициями французского ковроткачества и любовью Сен-Лорана к ориентальным мотивам. Кутюрье родился в городе Оран в Алжире и свое увлечение колоритом Северной Африки часто объяснял сильной связью с местом рождения.

Возвращаясь к коллекции 2017 года и моделям из гобелена, важно отметить сам узор. Если присмотреться к нему внимательнее, то мы найдем параллель с первыми образцами, выпущенными мануфактурой Савоннери, — с декоративными элементами оформления турецких ковров. Кроме того, у материала интересная фактура — в некоторых местах полотно будто намеренно состарено, о чем свидетельствуют его более блеклые фрагменты. Как мы помним, в основной своей массе французские гобелены со временем выцвели. С другой стороны, этот прием в определенном роде раскрывает тезис Ваккарелло про винтажный характер модного дома в современных реалиях.

Ориентальные мотивы регулярно прослеживаются в том числе в изделиях французского модного дома Chloé<sup>49</sup>. В осенней коллекции 2016 года шелковые пышные блузы появляются в комбинации со спортивными штанами, расшитыми серебряными пайетками, джинсовый комплект из брюк и туники завершен высокими сапогами из овчины, прозрачные тонкие платья, покрытые яркими, почти народными цветочными узорами, возникают наравне с пышными дубленками и пальто из гобелена с марокканскими

---

<sup>49</sup> В 1952 году Габи Агьен с Жаком Ленуаром создали модный дом Chloé и управляли им вплоть до продажи в 1985 году крупному швейцарскому холдингу Richemont. Выбранное название Chloé, по одной из версий, было связано с эпитетом древнегреческой богини Деметры — Хлоя (греч. Χλόη) цветущая, зеленеющая. В 1966 году Габи заключила контракт с молодым Карлом Лагерфельдом, он проработал в Chloé 16 лет. Далее пост креативного директора занимали Мартин Ситбон, Стелла Маккартни, Фиби Фило, Ханна МакГиббон, Наташа Рамсей-Леви. В настоящее время креативным директором Chloé является дизайнер Габриэла Херст.

мотивами. Модные критики часто отмечают, что Chloé не про стиль с четкими контурами, а про определенное настроение и стиль жизни. Это утверждение синхронизируется с идеей основательницы модного дома — аристократки Габи Агьен (1921–2014), которая в 1952 году начала создавать легкую, изящную и жизнерадостную одежду в противовес сдержанной и угрюмой моде послевоенных лет.

Среди отличительных приемов Chloé нас особенно занимают частые отсылки к марокканскому ковроткачеству. Смеем предположить, что египетское происхождение Габи Агьен и постколониальное прошлое Марокко занимают здесь определенное место<sup>50</sup>. Безусловный социокультурный обмен в период французского протектората в Северной Африке принес свои плоды в двухстороннем порядке — как следствие этого процесса народное африканское творчество проникает во Францию и оказывает влияние на модную индустрию по сей день. Марокканские ковры, как правило, разделяют на два типа — берберские (тканые) и рабатские (узелковые). Последние в списке отличает не только техника исполнения, но и узор — рабатский ковер можно узнать по симметрии, ярким бордюрам с цветочным орнаментом и крупному медальону “Al Kaaba” (могила пророка) в центре композиции. Эти же узнаваемые узоры и характерные для марокканских ковров яркие расцветки мы видим в изделиях Chloé. Что интересно, они используются модным домом в том числе в гобеленовых полотнах, производство которых, как было отмечено нами ранее, занимает важное место в истории декоративно-монументального искусства Франции.

Далее в фокусе нашего внимания оказываются Россия и постсоветское пространство. Первая императорская шпалерная мануфактура была открыта в Санкт-Петербурге только в 1710-е годы — намного позже, чем в Италии и во Франции. До этого мода на шпалеры обходила страну стороной. Однако существуют сведения, что первое свидетельство о присутствии шпалер в царском дворце (притом французских ковров, затканых шелком и золотом) возникает во время правления царя Алексея Михайловича (1629–1676). Инициатива об открытии мануфактуры принадлежала Петру I (1672–1725) — после визита в Париж император распорядился об организации интернационального обучения. Группа французских ткачей приехала в Санкт-Петербург не только для того, чтобы наладить производство, но также

---

<sup>50</sup> Французский протекторат над Марокко существовал с 1912 года, он был официально установлен Фесским договором. Независимость Марокко провозглашена 2 марта 1956 года. Французское Марокко не включало большей части северных и небольшой части южных территорий страны, которые стали испанским протекторатом.

обучить местных мастеров — ведь нужно понимать, что до начала XVIII века традиций безворсового ткачества в России не существовало.

Для того, чтобы отойти от копирования французских образцов, русским ткачам потребовалось несколько десятилетий — при дворе не было художников, способных делать качественные картоны. В дальнейшем готовые шпалеры поставлялись для убранства дворцовых залов — и здесь важно сказать, что они воспринимались в большей степени как тканые обои дворцовых залов, чем произведения искусства. Вероятнее всего, здесь можно провести параллель с народными обычаями укрывать и покрывать все поверхности коврами ручной работы — в этом был утилитарный и декоративный смысл, чтобы утеплить и в то же время украсить жилище. Стены домов зажиточных помещиков даже обивали тканью — обилие текстиля в интерьере свидетельствовало о высоком доходе семьи.

Широкое распространение в XVIII веке получают тканые портреты членов царской семьи — их вписывают в интерьеры и презентуют в качестве дипломатических подарков. Исторические сюжеты пользуются популярностью в том числе, однако крупномасштабные заказы чаще все же отправляются во Францию. Петербургская шпалерная мануфактура прекращает свою работу в 1857 году, не успев сформировать национальный шпалерный стиль. Но традиция украшать ткаными полотнами жилище развивается дальше, во многом реагируя на трансформацию общественных ценностей в связи со сменой парадигм.

После закрытия императорской мануфактуры в стране начинают развиваться две тенденции, которые в советское время найдут общее место. Со второй трети XIX века формируется очередная волна увлечением востоком — на этот раз она выражается в украшении интерьеров представителей светского общества коврами ручной работы с ориентальными мотивами, привезенными из Ирана, Азербайджана, Турции, Кавказа и не только. Известны случаи, когда отдельные комнаты (кабинеты, будуары, гостиные) оформляли в восточном стиле, имитируя обстановку сказочных дворцов при помощи аутентичных элементов декора и реплик. Параллельно с этим начинает развиваться автоматизированное производство, ведется разработка синтетических красителей. Как следствие, фабричный ковер проникает в массы, становится доступнее, проще в изготовлении, дешевле, но оттого не менее желанным — даже в Советском союзе, где классовая дифференциация презиралась с особой силой, ковер не перестает быть символом заветной роскоши.

В советский период ковроткачество союзных республик получает поддержку государства, и ковры ручной работы с национальными мотивами производятся в массовых количествах с целью внутреннего распространения и торговли на экспорт. После Великой Отечественной войны помимо ковров ручной работы появляется возможность приобрести свой экземпляр с ориентальными мотивами, но уже машинного производства, из искусственного волокна. Для этой цели В/О «Внешпосылторг»<sup>51</sup> выпускает печатный каталог с иллюстрациями моделей («Казах», «Карабах», «Севан», «Лори» и пр.), перечислением размеров и составов. В предисловии книги Ф.И. Гогеля «Ковры» (1950) есть интересный фрагмент, объясняющий, зачем советскому человеку нужен ковер в доме. Гогель пишет: «Существенную роль (в интерьере) играют мебель, осветительная арматура, ткани, в том числе и ковры. Зачастую ковер, висящий на стене или лежащий на полу, заметно меняет и улучшает облик интерьера». В этом же тексте исследователь говорит об актуальном стилистическом наполнении ковров. По его словам, необычайная нагроможденность, аляповатая роскошь оформления буржуазных особняков остались в прошлом — будущее за формами, лишенными напыщенности, глубокой идейностью и правильным раскрытием нового содержания в любом искусстве, даже в декоративно-прикладном.

Помимо прямого воспроизведения национальных узоров советских республик в том числе возникают их гибридные формы — например, в сочетании с соцреализмом, установленным в качестве главенствующего художественного направления литературы и искусства в СССР. Один из ярких примеров — тканый портрет В.И. Ленина, в котором кайма занята туркменским орнаментом, связанным с советской эмблематикой.

По стандартам соцреализма советское искусство должно было быть национальным по форме и социалистическим по содержанию. Поэтому любые абстрактные формы считались дегенеративными и вредными для общества. Помимо разработки новых острых сюжетов на актуальные темы (портреты политических лидеров, идеалистические картины индустриализации), в области ковроткачества происходило массовое копирование образцов классической живописи — что, в целом, отвечало повестке «искусство в массы!»<sup>52</sup>. Самые известные картины И.И. Шишкина (1832–1898), В.Г. Перова

<sup>51</sup> Чеки Внешторгбанка (Банка для внешней торговли СССР) и Внешпосылторга (ранее «сертификаты» и «бонусы») — своеобразная «параллельная валюта», существовавшая в СССР в 1964–1988 годах. Они выпускались только в виде банкнот. Чеками Внешпосылторга (ВПТ) платили зарплату советским гражданам, работавшим за границей.

<sup>52</sup> В 1930 году на страницах литературно-художественного сборника «Московский рабочий» были опубликованы слова В.И. Ленина, утверждающие новую политику распространения искусства: «Важно не наше мнение об искусстве. Важно также не то, что даст искусство нескольким сотням, даже нескольким тысячам общего количества населения, исчисляемого миллионами. ИСКУССТВО ПРИНАДЛЕЖИТ НАРОДУ. Оно должно уходить своими глубочайшими корнями в самую толщу широких трудящихся масс. Оно должно быть понято этими

(1834–1882), В.М. Васнецова (1848–1926) и других художников XIX века<sup>53</sup> в форме гобеленов попадали на стены советских граждан — которые были ощутимо дешевле и доступнее ковров ручной работы, и в то же время демонстрировали близость к высокому искусству.

Сегодня мы можем наблюдать, как художественные мотивы и технологии, отсылающие к советскому ковроткачеству, используются в российской фэшн-индустрии. Рассмотрим несколько примеров коллекций отечественных дизайнеров относительно нашего предмета исследования. Модельер Сергей Сысоев (р. 1978)<sup>54</sup> в своей коллекции сезона осень-зима 2018 презентует не только одежду (платья, пальто, брюки и пр.), но также серию уникальных кресел и стульев, обитых бархатными гобеленами с природными мотивами. Как мы помним, подобного рода тканые полотна использовались в качестве доступных элементов декора советских квартир и в контексте социокультурного статуса принадлежат к культурно-эстетической категории, называемой китч. По определению, китч включает в себя клишированные произведения искусства серийного производства, порождающие ностальгические сентиментальные чувства. Если сужать эту категорию, то советские гобелены с растиражированными идеалистическими пейзажами, лишёнными сюжетных диний, являются примером бытового китча. Однако презентуя тканые полотна в новых формах, Сергей Сысоев переворачивает аспект массовости, делая свой продукт уникальным. Стул-медальон, как предмет классической мебели, созданный ещё при Людовике XVI, становится в коллекции не просто основой для бархатных гобеленов, а добавляет им за счёт своей формы и исторического свойства элитарности. Но несмотря на это, градус ностальгии остается столь же высок.

Еще один пример — коллекция российского бренда Roma Uvarov Design, представленная в рамках Mercedes-Benz Fashion Week Russia в 2020 году. Вдохновленный фильмом «Время цыган» режиссера Эмира Кустурицы (1988), дизайнер Рома Уваров (р. 1997)<sup>55</sup> демонстрирует на подиуме личную

---

массами и любимо ими. Оно должно объединять чувство, мысль и волю этих масс, подымать их. Оно должно пробуждать в них художников и развивать их».

<sup>53</sup> Все перечисленные мастера принадлежали объединению художников-передвижников, сформированному в 1870 году. Своей целью оно видело организацию мобильных передвижных выставок, которые могли бы путешествовать по провинциям России, знакомя жителей с искусством. Художники ставили цель создавать правдивые и жизненные произведения, способные пробудить сознание народных масс. Передвижники в своем творчестве охватили все жанры живописи и работали в стиле реализма, которому особенно симпатизировали в советское время (это и объясняет растиражированность самых известных работ передвижников, которые считались идеологическими правильными).

<sup>54</sup> В 1996 году Сергей Сысоев открыл свою дизайн-студию Sergey Sysoev. Регулярно принимает участие в Неделях моды в Москве. В 2006 году Сысоев стал членом Ассоциации Высокой моды и прет-а-порте России. Помимо одежды, модельер разрабатывает и выпускает линию постельного белья и текстиля для интерьера. Также сотрудничал с такими брендами, как Swarovski, S7 airlines, Waterman и др.

<sup>55</sup> Бренд одежды ROMA UVAROV DESIGN был основан дизайнером Ромой Уваровым в 2016 году. Каждый сезон Уваров обращается к новой визуальной теме. Важные приметы стиля бренда — любовь концептуальным деталям, ярким краскам, пышному декору и деконструкции. Наряду с традиционными материалами в коллекциях появляются и неочевидные: от фольги и тростника до винтажных предметов, которые команда собирает на

интерпретацию вольной цыганской жизни. Активные цветочные принты и наложение фактур (пэтчворк соседствует с узорами из стразов, крупные вышивки находят место рядом с искусственными цветами) становятся заглавными приемами. В качестве продолжения темы цыганской жизни позже Уваров разрабатывает капсульную коллекцию из переработанного пластика: от тентов для грузовиков до баннеров для фотозон. Из него сшиты плащ, юбка, шоппер и другие изделия. Орнамент, покрывающий поверхность материала, имитирует орнамент, свойственный для персидских ковров. В контексте заглавной идеи коллекции орнамент не имеет отсылок к истории персидского ковра, здесь нет ностальгии по советским временам — ковер ассоциируется с кочевническим образом жизни цыган и их любовью к эклектике.

Рассмотрев примеры включения тканых образцов современными итальянскими, французскими и российскими фэшн-дизайнерами и модными домами в свои коллекции, мы выявили некоторые закономерности. Отсылки к коврам ручной работы или к безворсовым шпалерам, как правило, имеют социокультурный контекст. Чаще всего он обусловлен традициями ковроткачества (стилистическим и технологическим), присущими стране, где берет начало история того или иного модного дома. Наиболее ярко эта преемственность проявляется в модной индустрии Италии и Франции — странах, где происходит становление европейских мануфактур, а вместе с тем и развитие национального стиля со своими отличительными признаками. Несколько отличную ситуацию мы можем наблюдать на примере России. Производство шпалер при императорском дворе не имело продолжительной истории, и почти сразу ручной мануфактурный труд был заменен фабричным — этот стремительный переход одновременно со сменой режима и политической повестки отразились в том числе на содержании изготавливаемых ковров и их использовании. Во времена Советского союза актуализации национальных культур союзных республик уделяется особое внимание, однако соцреалистические ориентиры мешают формированию идентичности советского декоративно-прикладного искусства (в нашем случае — ткачества). По этой причине рамки исторической и культурной преемственности в коллекциях современных российских дизайнеров, где используются отсылки к разным формам ковроткачества, более размыты.

---

блошинных рынках и барахолках. Апсайклинг — важная часть идеологии бренда, поддерживающего принципы осознанной моды.

## Глава 7. Трансгрессия как основной прием сказки Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» и её отражение в фэшн дизайне новейшего времени

Трансгрессия - одно из основополагающих понятий метамодернизма, описывающее феномен перехода непреодолимой границы возможного и невозможного, реального и ирреального.

Согласно концепции трансгрессии существуют определенные рамки доступности и возможности, которые замыкают человека в границах predetermined шаблонов и схем. Такое мировоззрение лишает общество какой-либо перспективы новизны. А трансгрессия, в данном контексте, понимается как некий прорыв за установленные пределы.

Ярким примером трансгрессии в литературном пространстве является жанр сказки. Сказка – это прозаический устный рассказ, сюжет которого опирается на вымысел. В современном культурном пространстве переосмыслению подвергаются сказочные истории, являющие собой ярчайший пример ирреального мира.

Сказки – это вид фольклорного жанра, который с развитием письменности стал подвергаться стилистической переработке и носить литературный характер. Выделяют народные и авторские сказки, их ключевым отличием является авторство, которое может принадлежать конкретному человеку или носить собирательный характер.

Передаваясь из уст в уста, народные сказки имели ярко выраженную образность, символику и нередкие отсылки в другую реальность внутри вымышленного мира. В своей работе «Ирреальность в русских народных сказках» Е. Н. Подтележникова и А. В. Штапов выделяют две группы лексических маркеров ирреальности в сказочных произведениях: «удивление-странность» и «галлюцинация-видение». К группе «удивление-странность» относятся слова диво, дивный, удивляться, как несвойственные героям, аномальные сочетания «В ту пору король ступил на балкон, глянул с подзорную трубочку и диву дался» (сказка «Волшебное колечко»). В группе «галлюцинация-видение» можно выделить слова чудиться, мерещиться, казаться как отсылка к невозможному «Половина ночи прошла, ему и чудится: в саду свет» (сказка «Иван Царевич и серый волк»).

Главным признаком авторских сказок выступают условность и



иррациональность происходящего в повествовании. В таких сказках, если действие начинается в обычном мире, то оно быстро переносится в сказочную реальность, где возможно все и ничто не требует объяснений и доказательств. Так, характерными представителями авторской сказки являются такие произведения, как «Волшебник Изумрудного города» А. Волкова и «Алиса в стране чудес» Л. Кэрролла, «Буратино» А. Толстого и «Чиполлино» Дж. Родари.

Наиболее ярким примером столкновения двух миров в литературном пространстве является сказка Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес». В ней рассказывается о девочке по имени Алиса, которая попадает сквозь кроличью нору в воображаемый мир, населённый странными существами. Сказка построена на явлениях и событиях через призму абсурда. Все сюжетные линии, события и явления развиваются благодаря образу главной героини, которая пытается найти логическое оправдание нелепым ситуациям, подстерегающим ее в новом мире. Благодаря этому приему абсурдность действия вырисовывается с поразительной рельефностью.

Волшебство в таких сказках присутствует, но это часть мира сказки и не является чем-то сверхъестественным. События в них не подчиняются никаким законам, однако формируют логику на границе ирреальности и реальности. Проводя параллель между сказочной ирреальностью мира и современным модным пространством, стоит отметить, что мировые бренды нередко обращаются к теме сказок как к источнику инспирации в своих работах.

В мае 2022 года в лондонском Музее Виктории и Альберта прошла выставка «Alice: Curiouser and Curiouser» (рис.1). Посредством эффектных декораций, VR-технологий и многочисленных экспонатов, от рукописных манускриптов до сценических костюмов, выставка подробно описывает историю появления персонажа, ее перевоплощения в различных источниках и культурное влияние за последние 156 лет. По следам Алисы прошло не одно поколение. Исследуемый ею загадочный мир, в котором живут безумные шляпники, пристрастные к кальяну гусеницы и мстительная Червоная Королева, стал полноценным культурным феноменом и распространился далеко за пределы книги.



Рисунок 1. Выставка Alice: Curiouser and Curiouser, 2022

В 2012 году художественная галерея Тейт в Лондоне открыла выставку (рис.2), посвященную влиянию образов Алисы, Чеширского кота, Сумасшедшего Шляпника и других персонажей из сказки Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес» на мир искусства. Вместо привычных образов выставка транслирует сюрреалистическую, модернистскую, авангардную интерпретацию персонажей книги. Также, на выставке отражены не прямые цитаты Льюиса Кэрролла, приведенные в работах современных художников, таких как Сальвадор Дали, Макс Эрнст, Доротея Таннинг, Кики Смит, Марсель Будхаерс, Адриан Пипер, Рене Магритт и многих других.



Рисунок 2. Рене Магритт «Алиса в стране чудес», Артур Рэкхем «Алиса в стране чудес»

Большой проект был создан известным фотографом Энни Лейбовиц (рис.3), благодаря потоку образов Страны чудес. Лейбовиц специально для Vogue создала целую фото-историю «Алиса в Стране чудес», в которой модель Наталья Водянова изобразила саму Алису, а именитые модельеры были представлены в рядах

других сказочных персонажей: Том Форд (Белый Кролик), Донателла Версаче (Грифон), Марк Джейкобс (Синяя Гусеница), Стивен Джоунс (Сумасшедший Шляпник), Кристиан Лакруа (Мартовский Заяц), Жан-Поль Готье (Чеширский Кот), Джон Гальяно (Красная Королева), Виктор и Рольф (Траляля и Труляля) и другие. Ну, а Хельмут Ланг и Карл Лагерфельд отказались от сказочных ролей и пожелали оказаться в фото-истории в роли самих себя. Водянова в роли Алисы представляет наряды известных дизайнеров, а сама съемка проходила в пригороде Парижа, близ старинного замка.



Рисунок 3, VOGUE, Энни Лейбовиц, 2003

Позднее собственную версию «Алисы в Стране чудес» представил Тим Уолкер для календаря Pirelli 2018 года. Фотограф, известный своей любовью к эксцентричным персонажам, сказочным сюжетам и драматичным декорациям, создал собственный мир и по-новому интерпретировал классическую историю. Состав участников съемки был полностью «темнокожим»: роль Алисы досталась Даки Тот, которую одели в нежно-голубое мини-платье и туфли на огромных платформах, а суперзвезда дрэга Ру Пол сыграл Червонную Королеву (рис.4.).



Рисунок 4. Календарь Pirelli, Тим Уолкер, 2018

Коллекция весна-лето 2015 года дизайнера Юн Такахаси ознаменовалась сезоном Страны чудес. На модном подиуме была представлена сказка «Алиса в Стране чудес» в представлении дизайнера

(рис.5): вариации платьев самой Алисы, феи, цветы и представители животного мира Страны чудес, королевские персоны... Яркая одежда, представленная на моделях, выделялась своими абстрактными силуэтами и сюрреалистическими деталями в виде различной атрибутики. Такахаши детально продумал свою коллекцию, от аксессуаров в виде вишенки, которые дополняли сказочные образы до оформления инсталляции коллекции, в которой каждый элемент переносит посетителя в сказку.



Рисунок 5, Jun Takahashi, Undercover весна 2015 Ready-to-Wear

В сезоне осень-зима 2015 торговая марка Marc by Marc Jacobs выпустила капсульную коллекцию «I Am Not Like Other Girls», визуальные коды которой отсылают зрителей к фильму «Алиса в стране чудес», снятому в 1951 году студией Disney. Основные формы, принты и графика коллекции были заимствованы из архивов Disney и нарисованы художником Бобом Ричардсом по мотивам кадров из фильма. В ассортименте капсулы представлены толстовки, футболки, сумки, рюкзаки, чехлы для телефона и другие предметы аксессуарной группы (рис.6). Так, например, ожившая замочная скважина становится чехлом для телефона с объемной деталью «носа» (дверной ручки) и «глазами», инкрустированными камнями Swarovski.



Рисунок 6. Marc by Marc Jacobs, осень-зима 2015

Витрины, как одно из ключевых составляющих модной индустрии, зачастую обращены к теме сказок стилизованных инсталляций. Так, например, в 2010 году демонстрация одежды дизайнеров в французском универмаге Printemps в Париже запомнилась своей сказочной экстравагантностью и ярким отсылками к известным сюжетам Льюиса Кэрролла «Алисы в стране чудес» (рис.7). Одним из ключевых мотивов инсталляций стал образ часов Шляпника, которые являются ярким примером абсурда. В сказке показывают не час, а число. Главной героине, Алисе кажется странным, что на часах, не показывается время. В ее системе координат в таких часах нет смысла, однако в мире Шляпника, в котором всегда шесть часов и время пить чай, смысл часов именно в указании дня. Внутри каждого из миров логика не нарушена, но она сбивается при их встрече. Точно так же как идея смазывать часы сливочным маслом не бред, а понятный сбой логики: и механизм, и хлеб полагается чем-то смазывать, главное не перепутать, чем именно.



Рисунок 7. Alice in Printemps Wonderland, 2010

Однако, если в проектах Энни Лейбовиц и дизайнеров универмага Printemps мы видим прямые привычные образы доброй сказки, то дизайнер Ясутака Фунакоши в модном сезоне весна-лето 2013 представил коллекцию «Alice auaa» (рис.8), наполненную мраком и истинной готической эстетикой. Кровавожадность Красной Королевы, внутренние страхи Алисы, хладнокровность стражников, сумасшествие Шляпника — целый поток морозящей душу энергии в виде образов вылился на показе. Фунакоши создал творение, каждая деталь которой наполнена энергией и атмосферностью, а элементы одежды несут за собой помимо завораживающего вида определенную функциональность и смысловую нагрузку.

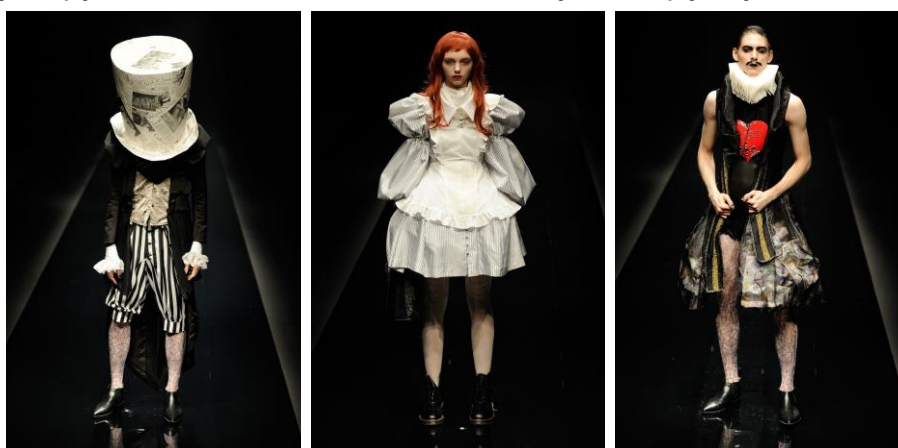


Рисунок 8. Yasutaka Funakoshi, Alice auaa, весна-лето 2013

Также, модный дом Йоджи Ямамото в коллекции сезона весна-лето 2012 транслирует путешествия Алисы в ирреальный мир Страны чудес. Ямамото построил свою коллекцию на сдержанных цветах в переплетении с пышными фасонами (рис.9). Многие детали коллекции были выполнены на первый взгляд в хаотичном и асимметричном стиле, но волны из легких тканей, свободные формы и легкая непринужденность кроя в итоге создает воздушный настрой и приятное впечатление от коллекции, главным атрибутом которой является шляпа, отсылающая к образу Шляпника.



Рисунок 9. Yohji Yamamoto Ready-to-Wear, весна-лето 2012

В 2011 году известная в Японии сеть Dimond Dining открыла новый тематический ресторан Alice in Wonderland. Концепция заведения посвящена сказке Льюиса Кэрролла "Алиса в Стране чудес". Основным приемом писательского метода Кэрролла является инверсия, в качестве изменения нормального порядка слов, событий и причинно-следственных связей, как стилистический прием. Инверсия в «Алисе» встречается на самых разных уровнях от сюжетного до структурного. Так, например, чтобы утолить жажду, в сказке нужно отведать сухого печенья, чтобы стоять на месте, нужно бежать, из пальца сначала идет кровь, а уже потом его колют булавкой. Этот же прием используют дизайнеры студии Fantastic Design Works при проектировании ресторана в Токио, где для того чтобы попить чай необходимо не взять в руки чашку, а сесть в нее, так как отдельные зоны заведения спроектированы в форме большой чайной пары. Также в «Alice in Wonderland» не играют в карты за столом, а столы выполнены в форме игральные карт. (рис.10).



Рисунок 10. Ресторан Alice in Wonderland, Япония

Книга Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» нашла огромный отклик в мире культуры, искусства, дизайна и модной индустрии, творческие обращения которого можно наблюдать из сезона в сезон. Стилизация и творческая переработка мировыми художниками образа Алисы колеблется от привычного нам персонажа с копной белокурых волос и пышным девичьим платьем до готического, мрачного исполнения как основополагающей идеи безумия и чудакости.

Таким образом, в сказке Льюиса Кэррола «Алиса в стране чудес» трансгрессия является основополагающим методом при формировании сюжета и выражена через инверсию слов, событий и структуры внутри повествования, а также в столкновении двух миров, живущих по противоположным друг другу законам.

Так, макротенденция использования мотивов сказки «Алиса в стране чудес» в новейшем фэшн-дизайне является отражением приема трансгрессии как попытки эскапизма при переходе в другую, сказочную реальность.



## Глава 8. Инновационные материалы в дизайне современных сумок

Натуральные кожевенные материалы для сумок были и навсегда останутся «в зоне внимания» производителей этих важнейших предметов аксессуарного ряда современного костюма. Здесь будут рассмотрены иные материалы, представленные сезонными коллекциями на мировых подиумах. Исследуя рынок сумок, надо отметить тоже стремление к экологичным материалам, как в целом в фешен-дизайне. Новые материалы и инновационные преобразование известных и уже апробированных производителями, способствуют созданию нового внешнего облика изделий, что позволяет им взять на себя роль эко-лидера в ансамбле современного костюма.

Потребителям давно известны материалы, часто называемые «эко-кожа». Это отходы натуральной кожи: пашины, межлекальные выпадки, обрезки кроя. Затем они измельчаются, прессуются, пропитываются смолами и покрываются тонким слоем полиуретана, которому, как известно, можно теснением и окрашиванием придать вид любой мереи натуральной кожи – телянка, крокодила или змеи. Сейчас она редко копирует «облик» натуральной кожи хорошего качества. Сегодня такая кожа часто приобретает новый вид (Рис.1) Поверхность материала для сумки, чаще всего, обретает внешний вид необходимый дизайнеру для конкретной коллекции. Поэтому, на подиуме демонстрируются сумки из эко-кожи, оформленные в виде тканей, использованных в данной коллекции. Они нанесены на лицевые и безлицевые поверхности эко-материалов инновационным способом – на лазерном принтере с многоцветным окрашиванием и теснением.

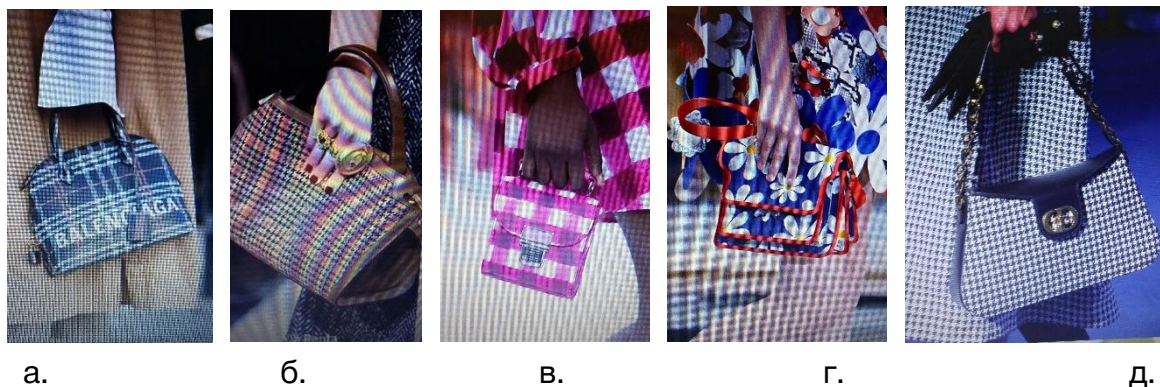


Рис. 1 – Оформление эко-кожи «как ткань»: а) – коллекция Balenciaga, сезон осень-зима 2023-24; б) – коллекция Oskar de la Renta сезон весна-лето 2023; в) и г) – коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023; д) – коллекция Chanel осень-зима 2023-24гг.

Продолжая тему ткани в сумках, можно увидеть изделия, которые используют реальные ткани: пальтовые, костюмные, плащевые или плательные ткани и трикотажные полотна коллекции (Рис.2). Для изготовления аксессуаров эти материалы проходят ряд технических преобразований, позволяющих изделиям сохранять нужную форму, крепить рабочую фурнитуру и декор.

На фэшен-рынке есть сумки, которые подчеркивают, что они изготовлены из традиционных текстильных материалов. Материалы натуральные: шерсть, лен, вискоза, хлопок. В настоящее время дизайнеры обратили внимание на природные материалы: ротанг, джут, парусина, модал, которые ранее не использовались в индустрии моды. Но яркая фактурная поверхность полотна, выразительный рисунок даже непряденого волокна, привлекли внимание дизайнеров своей «натуральной новизной» и подчеркнутой близостью к природе и «заставили» использовать на подиумах для яркости звучания эко-моды (Рис. 3). При производстве изделия, такие полотна укреплены необходимыми вспомогательными пропитками и прокладками, снабжены технической фурнитурой.



Рис. 2 – Использование тканей коллекции: а) – коллекция Guess сезона весна-лето 2023, костюмная ткань; б) – коллекция Chanel сезона осень-зима 2023-24, пальтовая ткань; в) – коллекция Valentino сезона весна-лето 2023, плательный трикотаж; г) – коллекция Hermes сезона осень-зима 2023-24, плащевая ткань; д) – коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023, плательное трикотажное полотно с нашитыми блёстками.



а. б. в. г. д.

Рис. 3 – Природные материалы: а), б) – коллекция Michael Kors сезона осень-зима 2023-24, ковровая шерсть; в) – коллекция Longchamp сезона весна-лето 2023, парусина; г) – коллекция Loewe сезона весна-лето 2023, эвкалиптовый шелк; д) – коллекция Dior сезона осень-зима 2023-24, модал.

И ещё одна категория тканей для сумок – это преобразованные технические материалы. Чаще всего они изготавливались из природного сырья, но такие ткани ранее не использовались для одежды или аксессуаров, они считались техническими. В них упаковывали готовую продукцию, шлифовали металлы и драгоценные камни, фильтровали жидкости. Сейчас они заинтересовали многих дизайнеров, и настало время для их широкого применения в индустрии моды (Рис.4). Их подвергли инновационным преобразованиям – облегчению веса волокна, повышению гибкости пряжи. Поверхность ткани укреплена синтетическими смолами, которые дают упругость, износостойкость и водоотталкивающие свойства. Поэтому из таких материалов чаще всего можно увидеть повседневные, «технические» сумки – портпледы, шопперы большого размера и сумки-портфели жесткой формы. Декор поверхности изделия – тканый узор или печатный рисунок-логотип и функциональная фурнитура.



а. б. в. г. д.

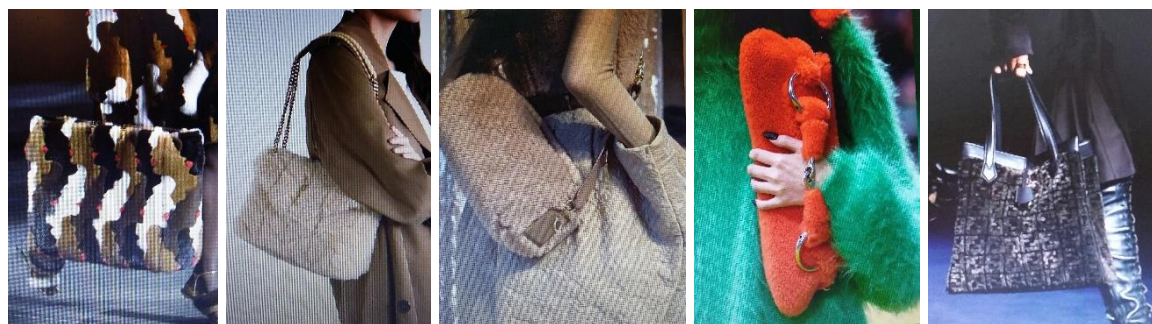
Рис. 4 – Инновационные технические ткани: а), б), в) – коллекция Valmain сезона осень-зима 2023-24, вискоза с полиэфирным покрытием; г) – коллекция Fendi осень-зима 2023-24, микровискоза с гидрофобным покрытием; д) – коллекция Loewe сезона весна-лето 2023, джут с пропиленом.



а. б. в. г. д.

Рис. 5 – деним вторичного использования: а) – коллекция Tervolina сезона весна-лето2023; б), в) и г) – коллекция Furla сезона весна-лето 2023; д) – коллекция Jill Sander сезона осень-зима 2023-24.

Рост популярности hand-made способствовал развитию апсайклинга, что увеличило срок использования изделия или материала. Джинсовые ткани давно в индустрии моды, но сейчас привлекают ткани, которым «дана вторая жизнь». Её используют не только в одежде детского и молодежного ассортимента, а также изделия аксессуарного ряда. Причем, модели изготавливают не только из денима, используя все детали кроя, фурнитуру и отделку (Рис.5). Иногда подкраивают фрагменты из других х/б тканей, чем «обогащают» и усложняют внешний вид модели. Из джинсовых тканей все возможных оттенков индиго шьют не просто повседневные сумки открытого типа для пляжа, здесь возможно увидеть сложные конструкции-трансформеры, которые влияют на силуэтную форму костюма. И как видим, деним удачно сосуществует и работает в костюме с другими натуральными тканями и материалами – керамикой, кожей и металлом.



а. б. в. г. д.

Рис. 6 – эко-мех в коллекциях: а), б) – коллекция Saint Laurent сезона осень-зима 2023-24, мозаика из «норки», как и пальто; в), г) – коллекция Furla сезона осень-зима 2023-24, «цигейка» как пальто и куртки; д) – коллекция Fendi сезона осень-зима 2023-24, стриженная «норка».



а. б. в. г. д.

Рис. 7 – эко-мех в аксессуарах коллекций: а) – коллекция Furla сезона осень-зима 2023-24; б) – коллекция Louis Vuitton сезона осень-зима 2023-24; в), г) – коллекция Saint Laurent сезона осень-зима 2023-24; д) – коллекция Fendi сезона осень-зима 2023-24гг.

Продолжая исследовать тему текстиля, обращает на себя внимание наличие меха в сезонных коллекциях на мировых подиумах. Но индустрия моды, как и весь мир, озабочена сохранением окружающей среды и животного мира, поэтому чаще всего, натуральный мех не использует, а применяются инновационные текстильные продукты, заменяющие многообразные меха. Причем, такие материалы, не, только имеют внешнее сходство, и по температурным характеристикам не сильно уступают натуральным, но гораздо легче (Рис. 6). По внешнему виду текстильные «двойники» меха могут повторить почти любой, а по цвету и фактуре даже превосходят, так как могут быть «заказаны» дизайнером коллекции в той цветовой гамме. Материалы для имитации меха меняются год от года. Последние достижения химиков и текстильщиков используют, как основу, различные природные материалы. Например: микровискозу с полипропиленом, полиэфирный и эвкалиптовый шелк с гидрофобным покрытием, акрил.

В новых коллекциях есть «меховые» аксессуары, которые не имитируют натуральные материалы, но они вполне заменяют их по виду и назначению, делая эти сумки оригинальными по форме и оформлению (Рис. 7).

Дизайнер всего мира уже не первый сезон обращают внимание на hand-made материалы, на то, что подчеркивает не машинное производство то, что сохраняет и передает тепло человеческих рук. Ручное ткачество, вязание на спицах и крючком, всевозможные виды плетения из тесьмы, веревок и шнура, значительно обогащают и разнообразят поверхность материалов, применяемых для современных сумок. Иногда, только некоторые детали сумки вяжутся из разных по составу ниток, пряжи, тесьмы, веревок или других материалов. Остальные детали выполняются из текстиля, дополняются эко-кожей и фурнитурой (Рис. 8). На мировых подиумах есть модели, которые

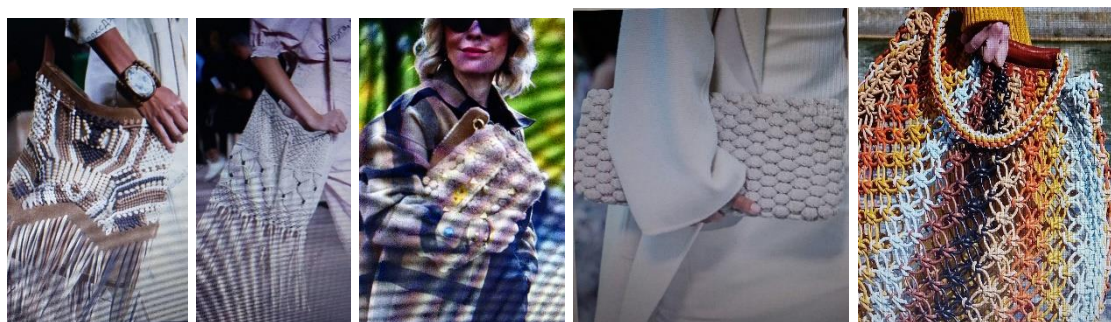
выполнены целиком из той же пряжи и с тем же узором, и в том же колорите, что и костюмы коллекции, что сильнее подчеркивает рукотворность ансамбля и придает этнического звучания всей коллекции.

Вязания на 2-х и 4-х спицах или вкруговую, одноцветное или многоцветное макраме, узорное плетение на каркасе и другие способы вязания широко применяется в дизайне современных сумок (Рис. 9). Здесь инновационные материалы используются для традиционных конструкций сумок, что значительно обновляет вид изделия и улучшает общее впечатление от всего ансамбля аксессуаров.



а. б. в. г. д.

Рис. 8 – модели сумок вязанные крючком: а), б) – коллекция Loewe сезона весна-лето 2023, бамбук; в) коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023, вискоза, джут; г), д) – коллекция Mango сезона весна-лето 2023, рафия, полиэфирный шелк.



а. б. в. г. д.

Рис. 9 – вязанные сумки: а), б) – коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023, вискоза, джут; в), г) – коллекция Furla сезона осень-зима 2023-24, бамбук, вискоза; д) - коллекция Mango сезона весна-лето 2023, полипропилен.



Рис. 10 – примеры плетеных сумок: а) – коллекция Bottega Veneta сезона весна-лето 2023; б), в) – коллекция Bottega Veneta сезона осень-зима 2023-24; г) – коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023; д) – коллекция Louis Vuitton сезона осень-зима 2023-24

Иногда мастера сначала вывязывают полотна, потом они раскраиваются и собираются в готовое изделие. Здесь используются как природные материалы: натуральная кожа, рафия или джут. Также очень широко применяют пленочные материалы, полиэстер, инновационные и модифицированные материалы, они при окончательной температурной фиксации готового изделия способны долго сохранять его форму. (Рис. 10). А иногда мастера в начале работы из материала изготавливают ленты, затем из них плетут сумки, как корзинки из лозы, вывязывая изделие процессе работы.

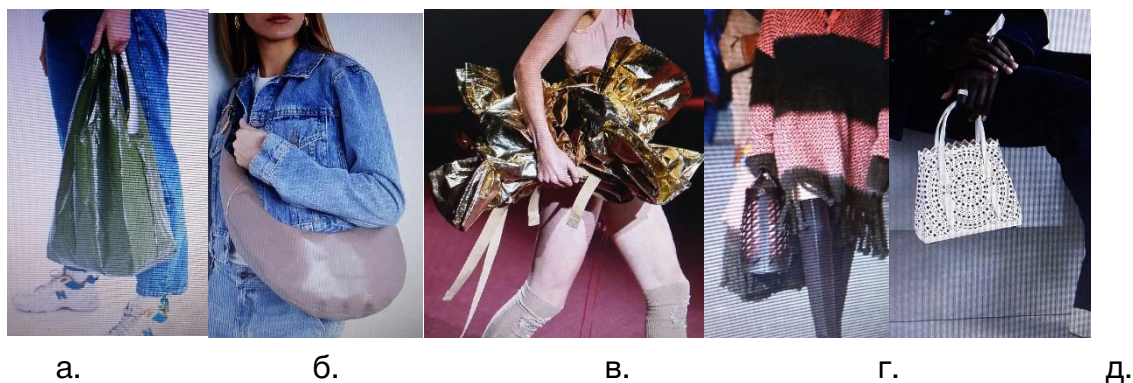
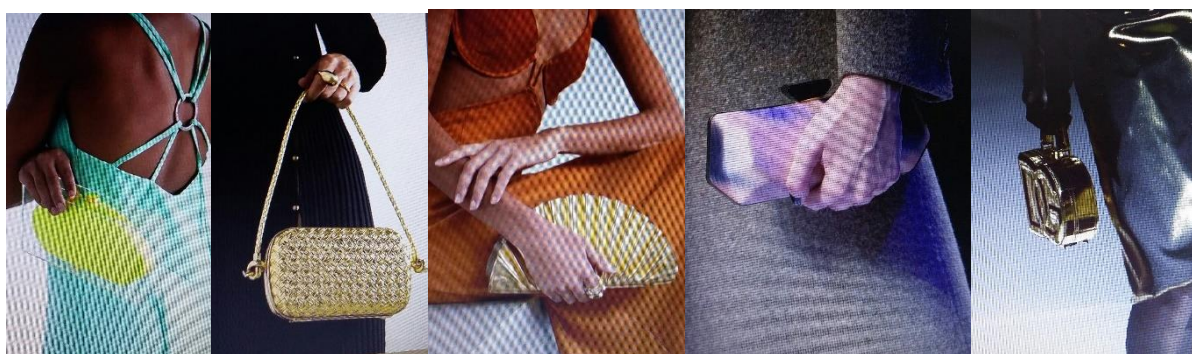


Рис. 11 – примеры мягких пленочных материалов: а) и б) - коллекция Mango сезона весна-лето 2023, полиуретановая пленка на текстильной основе; в) - коллекция Loewe сезона весна-лето 2023 гидрофобное покрытие эко-кожи; г) и д) – коллекция Furla сезона осень-зима 2023-24, полипропилен с просечкой рисунком.

Рассматривая современный фэшн-рынок, обращают на себя внимание большое количество пленочных материалов для производства сумок. Они могут иметь натуральную силиконовую основу, которая хорошо окрашивается, терма и формоустойчивая (Рис.11). Одно из главных достоинств

этого материала способность хорошо взаимодействовать с разными другими натуральными и синтезированными материалами. Другой известный пленочный материал полиуретан. Он может быть практически любой толщины и покрываться на любой материал, «снабжая» его новыми заданными свойствами: окрашиваться в любой цвет, принимает любую фактуру, как глянец, так и бархатистую поверхность. Можно увидеть теснение «под крокодила» или «питона». Иногда такой инновационный синтезированный материал может иметь поверхность любой ткани, трикотажного полотна, меха или любого плетения. Это делает пленочный материал очень востребованным и популярным в индустрии моды.

Полиуретан, полипропилен и полиэстер синтезированные на основе натуральных каучука и природных смол, сегодня могут быть, по желанию дизайнера, не только в мягком, но и в твердом виде (Рис.12). Тогда из них производят сумки, окрашенные в массе в цвета коллекции. Как правило, это не большие изделия с глянцевой поверхностью. Такие материалы хорошо работают в 3D-принтерах, где печатают всю фактурную поверхность сумки, а также ручки, фурнитуру и декор.



а. б. в. г. д.

Рис. 12 - примеры жестких пленочных материалов: а), б.) и в.) – коллекция Dior сезона осень-зима 2023-24; г.) коллекция Saint Laurent сезона осень-зима 2023-24; д.) – коллекция Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023





а. б. в. г. д.  
Рис. 13 - инновационные материалы фурнитуры: а), б), в) – коллекция Bottega Veneta сезона осень-зима 2023-24; г) – коллекция Dior сезона осень-зима 2023-24; д) - коллекция Mango сезона весна-лето 2023

Инновации затронули и пластмассы, применяемые для изготовления функциональной и декоративной фурнитуры для сумок. (Рис.13). По проекту дизайнера теперь они могут принимать вид любого тактильно приятного материала – редкого дерева, драгоценного мурановского стекла, природного камня, металлической цепи, технического приспособления или украшения из золота. Производство чаще всего, происходит с помощью станков 3D – печати, позволяющих сразу выдать необходимый масштаб детали.

## Глава 9. Кукла Пандора и ее роль в формировании глобализированных модных тенденций

Куклы всегда были чем-то особенным, напоминающим всем о детстве, сказке, доброте и красоте. Поэтому многие дизайнеры при помощи кукол иллюстрировали свои самые лучшие наряды, тем самым показывая своё видение красоты. На протяжении своей истории куклы были предназначены как для игр детей, так и для взрослых. Кукла является той маленькой частью, которая напоминает взрослым о детстве, о том, что всегда нужно оставаться ребёнком в душе. Поэтому и взрослые любят куклы.

В начале XVII в. товаров, которые были разложены в витринах было недостаточно для получения покупателя информации о новых тенденциях того времени, поэтому модистки начали показывать модные наряды при помощи кукол. «Пандора<sup>56</sup>» или «кукла Пандора», так исследователи называют модную куклу<sup>57</sup> раннего Нового времени<sup>58</sup>.

Так, в начале XVII в. появились первые французские куклы, которые получили название Пандоры (рис. 1). В то время не было модных показов, журналов мод, поэтому портные изготавливали миниатюрные копии настоящих нарядов и показывали их на куклах Пандора. Кукла Пандора не была игровой куклой, она была предназначена для более взрослой аудитории, на протяжении всей своей истории она иллюстрировала модницам самые актуальные тенденции. Также, куклами Пандорами украшали интерьер.



Рисунок 1. Кукла Пандора, примерно 1600г.

<sup>56</sup> Кукла Пандора— кукла XVII-XVIII века, предназначена для иллюстрации одежды.

<sup>57</sup> Модная кукла “fashion dolls”— По мнению Дороти Колмэн, знаменитой американской исследовательницы кукол и их истории, модными куклами следует называть только тех кукол, главной функцией которых было введение и распространение новых модных тенденций. Впервые термин «модные куклы» появился в «Книге о куклах» Лоры Б. Старр и впоследствии, закрепившись в англоязычной научно-популярной литературе по истории кукол, получил более широкое употребление.

<sup>58</sup> Ранее Новое время—период Всемирной истории, начинающийся с окончанием Средневековья. Историки по-разному определяют его начало. Концом Раннего Нового времени обычно считают начало Эпохи революции— Французскую революцию 1789г. Период Раннего Нового времени—это обычно, примерно 1500-1800гг. н. э., или же начиная от 1400г.

Появление понятия «кукла Пандора», было связано с литературным салоном маркизы де Рамбуйе<sup>59</sup>, который был открыт в первой половине XVIII в. Данный салон посвящали люди из аристократических кругов, также известные писатели и поэты: Венсан Вуатюр<sup>60</sup>, Жорж де Скюдери<sup>61</sup> и Мадлен де Скюдери<sup>62</sup>, мадам де Севинье<sup>63</sup> и др.

Светское общество каждую субботу собиралось в Отеле Рамбуйе—это был дом маркизы де Рамбуйе, который находился недалеко от Лувра<sup>64</sup>. Концепция размещения в салоне двух кукол, которые будут одеты в самые роскошные и модные наряды того времени принадлежит Мадам де Скюдери. Так, в данном салоне были размещены две куклы Пандоры: «большая Пандора» и «малая Пандора». Они были одного размера. Первая кукла «большая Пандора», была наряжена в платье, которое девушки того времени надевали для появления при королевском дворе. А вторая кукла, «малая Пандора» была одета в платье, которое являлось повседневным и соответствовало формату мероприятия, которое проходило в салоне маркизы де Рамбуйе.

Также, нельзя называть «куклами Пандорами» всех кукол раннего Нового времени, поскольку они появились лишь в XVII в., и до XVII в. про куклы Пандоры нигде не упоминается.

Иллюстрация одежды при помощи кукол Пандор являлось важным событием XVII-XVIII веков. В те времена между королевскими дворами Европы были ограниченные способы обмена информацией про актуальные модные тенденции. Представители королевских семей узнавали про модные тенденции при помощи устного и письменного описания послов, дипломатов и путешественников. Также, в те времена информацию про моду узнавали по живописным и графическим портретам.

<sup>59</sup> Маркиза де Рамбуйе (13 декабря 1588г.—2 декабря 1665г.)—знаменитая хозяйка парижского литературного салона первой половины XVII века.

<sup>60</sup> Венсан Вуатюрр (24 февраля 1597г.—26 мая 1648г.)—французский поэт XVII века, видный представитель литературы барокко.

<sup>61</sup> Жорж де Скюдери (22 августа 1601г.—14 мая 1667г.)—французский поэт и драматург XVII века, представитель прециозной литературы. Брат Мадлен де Скюдери.

<sup>62</sup> Мадлен де Скюдери (15 ноября 1607г.—2 июня 1701г.)—французская писательница, представительница прециозной литературы.

<sup>63</sup> Мадам де Севинье (5 февраля 1626г.—17 апреля 1696г.)—французская писательница, автор «Писем»—самого знаменитого в истории французской литературы эпистолярия. В честь неё назван кратер Севинье на Венере.

<sup>64</sup> Лувр—один из крупнейших и самый популярный художественный музей мира. Музей расположен в центре Парижа, на правом берегу Сены, на улице Риволи, в 1-м округе столицы. Дата основания 1792г.

Следовательно, куклы Пандоры были самым лучшим, наглядным источником информации об актуальных модных тенденциях XVII-XVIII веков (рис. 2).



Рис. 2. а) Английская кукла Пандора (1755-1760г.), музей Виктории и Альберта. б) Кукла Пандора во французском стиле рококо, XVIIIв. в) Куклы Пандоры, вторая половина XVIIIв.

Представители королевских семей и сама королева могли «вживую» увидеть куклу, ее маленький кукольный, модный наряд. Куклы Пандоры, не только являлись манекенами иллюстрирующими изысканную одежду. Они также, передавали целостный образ, настроение, ощущение сказки. Девушки могли тактильно изучить ткань и выбрать именно тот наряд, который им нравится.

Кукол Пандор изготавливали часто из дорогого дерева, и они выглядели роскошно в детально проработанных мастером нарядах. Ноги куклы мастер делал отдельно, подвижными в бёдрах и коленях, руки и кисти куклы Пандоры были сделаны из дерева, а плечи куклы мастер делал из мягкой льняной ткани. У кукол Пандор были окрашенные волосы, или парики из льна и шерсти. Кукла Пандора изготавливалась вручную, начиная от отливки фарфоровых частей, до детально сшитого наряда, выпускалась маленькими тиражами и стоила очень дорого.

Модистки изготавливали наряд таким способом, чтоб потом они могли повторить данный наряд, со всеми деталями, в человеческий размер, для модниц того времени. Все наряды которые придумывали для кукол Пандор были роскошные, из самых дорогих и модных тканей, с красивыми, кружевными вышивками. Для кукол Пандор придумывали красивые, изысканные головные уборы, которые также потом можно было повторить для людей. У кукол были самые современные и модные причёски того

времени.

Представители королевских семей и сама королева выбирали наряд, для какого-либо мероприятия при помощи кукол Пандор. Наряд, аксессуары и саму куклу Пандору изготавливали очень качественно, потому что она иллюстрировала наряд для светской публики, и портные хотели привлечь их внимание.

Для куклы Пандоры изготавливали большие гардеробы модной одежды, в которые входили: сундуки с различными нарядами, духи, белье, шелковые чулки, модные башмачки, головные уборы, сорочки, перчатки.



Рис. 3 Куклы Пандоры и их большой гардероб, (XVIII-XIX века).

Куклы Пандоры иллюстрировали модные тенденции своего времени: одежду, прическу, стиль....

Одежду для кукол Пандор изготавливали в основном двух видов: нарядную и более повседневную. Кукла Пандора в нарядной одежде, называлась «большая Пандора». Ее наряд был предназначен для посещения каких-либо мероприятий при дворе. А вторая кукла, которая называлась «малая Пандора», иллюстрировала более повседневную одежду, которую надевали на прогулку или дома.

Куклы Пандоры «путешествовали не только в Европу и Америку, они также «добрались» и до Санкт-Петербурга. Так, Большая Пандора, которая принадлежала императрице Марии Федоровне<sup>65</sup> находится в Гатчинском дворце<sup>66</sup>. Кукла Пандора иллюстрирует наряд, который носили дамы Российской империи<sup>67</sup>, награжденные Большим крестом ордена Святой Екатерины Великомученицы<sup>68</sup>. Предположительно, автором данной модели была модистка французской королевы Марии-Антуанетты Роз Бертен<sup>69</sup>.

<sup>65</sup> Мария Фёдоровна (26 ноября 1847г.—13 октября 1928г.)—российская императрица, супруга Александра II, мать императора Николая II.

<sup>66</sup> Большой Гатчинский дворец— был построен в 1766-1781 годах в Гатчине по проекту итальянского архитектора Антонио Ринальди в стиле классицизма.

<sup>67</sup> Российская империя— государство существовавшее в период с 1721 года до Февральской революции и провозглашения Временным правительством в сентябре 1917г. республики.

<sup>68</sup> Орден Святой Великомученицы Екатерины—орден Российской империи для награждения великих княгинь и дам высшего света, фактически второй по старшинству в иерархии орденов Российской империи с 1714 по 1917 год.

<sup>69</sup> Роза Бертен (2 июля 1747г.—22 сентября 1813г.)—модистка французской королевы Марии-Антуанетты.



Рисунок 4. Большая Пандора императрицы Марии Фёдоровны.

Производимые компаниями Jumeau<sup>70</sup>, Gaultier<sup>71</sup>, Bru<sup>72</sup> куклы Пандоры были популярны в XIX в.

Мастера-кукольники изготавливали кукол Пандор в основном женщинами, но также встречаются куклы Пандоры, которые изображают мужчин и детей.

В XVII в. иллюстрация одежды при помощи кукол Пандор стала важной частью высокой моды и торговли. То, что королевские и аристократические круги любили узнавать про актуальные модные тенденции при помощи кукол Пандор, сделало их особенными, что помогло утвердить Францию в позиции центра моды.

В начале XVIII века улучшились условия передвижения благодаря растущей сети систем общественного транспорта. Это новшество позволило куклам Пандорам «путешествовать»: теперь куклы Пандоры в силу своей популярности стали главным источником информации об актуальных модных тенденциях для девушек из высшего общества, которые были замужем, и из-за службы их мужей жили далеко от столицы.

Так, популярность куклы Пандоры в XVIII в. совпала с периодом культурной трансформации моды по мере ее становления более доступной. Например, в Англии законы о роскоши, действующие еще в XIV века диктовали одежду в зависимости от положения, занимающего в обществе. К XVII веку, когда данные законы ослабели и были отменены, появилась свобода в выборе одежды, что способствовало популяризации куклы Пандоры за пределами Франции.

---

Считается одним из первых французских модельеров и дизайнеров.

<sup>70</sup> Jumeau—это компания по производству кукол, которая была основана в 1843г. Основатель данной компании Пьер-Франсуа Жумо.

<sup>71</sup> Gaultier—основателем предприятия был Франсуа Готье – популярный французский кукольник. Его первую фарфоровую фабрику открыли в 1867г., в Сан-Морисе.

<sup>72</sup> Bru—основатель Леон Казимир Брю, 1866г.

Так, в XVII веке куклы Пандоры стали доступны более широкой аудитории, чем в предыдущие столетия. Каждый месяц куклу Пандору отправляли из Парижа к королевскому двору в Лондон, а затем - к другим европейским дворам. На каждой «остановке» куклу задерживали на какое-то время: сначала кукла Пандора «иллюстрировала» наряд королеве и дамам ее окружения, а после ее отсылали придворной модистке. У придворной модистки была соответствующая монополия, и она выставляла куклу Пандору в своём магазине. Таким образом, и сама модистка, и другие модистки, а так же их клиентки могли ознакомиться с самыми актуальными тенденциями своего времени.

В XVIII веке куклы Пандоры пересекали Атлантику. Так при помощи кукол Пандор, французские модные дома распространяли информацию про самые актуальные модные тенденции того времени в Америке.

С момента появления кукол Пандор, французские мастера были первыми в области изготовления фабричных фарфоровых кукол, и только в конце XIX века уступили первое место Германии. В Германии мастера-кукольники начали делать более экономичные, но достаточно качественные куклы Пандоры.

Таким образом, появившись в начале XVII века во Франции кукла Пандора закрепила за собой ментальную связь с роскошью высокостатусных нарядов, с распространением модных тенденций. Путешествуя по миру, кукла Пандора способствовала утверждению Парижа звания мировой столицы моды, а также, популяризировала свободу выбора одежды, вне зависимости от социального статуса.

Так, куклы Пандоры сыграли важную социальную роль, предваряя собой возникновение манекенов в 1860-х годов и появление первых журналов мод. Так, вышедшие из употребления в последнем десятилетии XVIII века, но сохранившиеся до наших дней, куклы Пандора являются очень важными культурными и историческими экспонатами, иллюстрируя модные тенденции в одежде XVII-XVIII веков.

## Заключение

Монография «Эко-концепции в индустрии моды» разработана на основе результатов научных исследований авторов.

Результаты выполненных исследований показали актуальность и своевременность для общества рассматриваемых вопросов в конкретных сферах науки и образования.

В целом, работа представляет интерес как для специалистов в области проведения научных исследований, так и специалистов-практиков.



## Библиографический список

1. Айрис ван Херпен: биография // Everipedia Archive – Электронный ресурс] URL: [https://everipedia.org/wiki/lang\\_en/Iris\\_van\\_Herpen](https://everipedia.org/wiki/lang_en/Iris_van_Herpen) (дата обращения: 01.04.2023).
2. Архив галереи Tate (Лондон) [электронный ресурс] <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-liverpool/alice-wonderland>
3. Архив модного дома Marc Jacobs [электронный ресурс] <https://www.marcjacobs.com/>
4. Архив музея Виктории и Альберта [электронный ресурс] <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/alice-curiouser-and-curiouser>
5. Бастов Г.А. Бионическое проектирование обуви и аксессуаров костюма. Монография. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. – 241 с.
6. Бастов Г.А., Прапорщикова М.Д. Бионическое проектирование обуви объемнопространственных форм. Научный журнал «Дизайн и Технологии». Изд. (Москва) № 54(96), 2016 (с. 6–13).
7. Белько Т.В. Инновации и биотехнологии в модной индустрии: монография. – Тольятти: Изд-во ВПГУС, 2017. – 306 с.
8. Бирюкова Н. Ю. Западноевропейское прикладное искусство XVII – XVIII веков. — Л.: Искусство, 1972. — С. 26–34.
9. Блэк С. Устойчивое развитие и диджитализация / Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / Под ред. Адама Гечи и Вики Караминас; пер. с англ. Т. Пирусской. – М.: Новое литературное обозрение, 2020. – 288 с.: ил. С. 146-169
10. Булгакова А. История производства ковров Савоннери // Мир искусств. — 2020. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-proizvodstva-kovrov-savonneri> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).
11. В создании первой коллекции Кима Джонса для Dior Homme принял участие KAWS, 2018 г. - URL: <https://www.buro247.ru/news/style/21-jun-2018-kim-jones-dior-homme-kaws.html> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
12. Вильдяева И.С. Александр Маккуин и его влияние на мир моды / И. С. Вильдяева // Гуманитарные науки в современном вузе: вчера, сегодня, завтра: Материалы III-й международной научной конференции, в 2-х т. Санкт-Петербург, 11 декабря 2020 года. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. С. 136-140.
13. Герасимова О. Миф о «Пандоре» проблематика изучения истории кукол раннего Нового времени / Герасимова О. // Теория моды. Одежда. Тело. Культура.—выпуск № 53.— Новое литературное обозрение, Москва 2019. —312 с.
14. Глухова М. Как выглядит будущее: Iris van Herpen // Eyes Platform – образовательная платформа об этичном, нешумном маркетинге – [Электронный ресурс] URL: <https://eyesplatform.com/media/newera/irisvanherpen> (дата обращения: 01.04.2023).
15. Гобелен (Материал из Википедии — свободной энциклопедии) — URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).
16. Гогель, Ф.В. Ковры. М., 1950. 212 с.

17. Голдовский Б. Куклы Энциклопедия / Б. Голдовский.—М.: Время, 2004—496 с.
18. Голдовский Б.П. – Большая иллюстрированная энциклопедия «Художественные куклы». / Журавлев А. Ю. – М.: Дизайн Хаус, 2009. – 296 с.: ил. — ISBN 978-5-903500-07-9.
19. Гусарова К. Куклы и мода / К. Гусарова // Теория моды. Одежда. Тело. Культура.—выпуск №5—Новое литературное обозрение, Москва 2007 .—С. 311-318.
20. Демурова Н. М. «Картинки и разговоры. Беседы о Льюисе Кэрролле», 2008 г., — М.: «Вита Нова», 576 стр.
21. Докучаева О.И. Архитектоника объемных структур: Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2015.
22. Е.В. Падучева. «Тема языковой коммуникации в сказках Льюиса Кэрролла», 1982 г., – М.: СиИ, № 18, с. 76—119.
23. Емелькина Е. Iris van Herpen // Ballet Magazine – [Электронный ресурс] URL: <https://balletmagazine.ru/post/iris-van-herpen> (дата обращения: 01.04.2023).
24. Значение слова «дихотомия» // Картаслов.ру – карта слов и выражений русского языка – [Электронный ресурс] URL: <https://kartaslov.ru/значение-слова/дихотомия> (дата обращения: 01.04.2023).
25. Значение слова «эпициклический» // Herzena.ru – электронные словари русского языка – [Электронный ресурс] URL: <https://herzena.ru/index.php/words/show/19248> (дата обращения: 27.03.2023).
26. История возникновения блузки с рукавом. Чем отличается блузка от блузона и топа? Источник: – URL: <https://solnysh.ru/beauty-secrets/istoriya-vozniknoveniya-bluzki-s-rukavom-chem-otlichaetsya-bluzka-ot-bluzona-i> [интернет-ресурс] (дата обращения: 02.04.2023)
27. История пончо (Мир моды)- <https://hystoryfashion.ru/verhnyaya-odezhda/istoriya-poncho.html>
28. Катюхина М. Записки куклы. Модное воспитание в литературе для девиц конца XVIII-начала-XIX века : Библиотека журнала «Теория моды» / Арустамрва А. : Изд-во Новое литературное обозрение, 2017г.— С. 304 .— ISBN: 978-5-448-0631-9.
29. Каюмова Р.Ф. Инновации как основа сотрудничества брендов в индустрии моды // МНИЖ. 2020. №6–4 (96). – [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-kak-osnova-sotrudnichestva-brendov-v-industrii-mody> (дата обращения: 27.03.2023).
30. Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / Под ред. Адама Гечи и Вики Караминас; пер. с англ. Т. Пирусской. – М.: Новое литературное обозрение, 2020. – 288 с.
31. Кравченко Г.А. Нереальная реальность. Материалы тренд-бюро FASHIONSNOOPS сезона осень-зима 2023/24 по ключевым коммерческим трендам в ассортименте обуви и аксессуаров. Статья. «PROfashion» №8-9 (297-298)/02- 2023.
32. Кравченко С. Н. Кукла как художественный феномен /М. М. Новикова // Мир куклы в истории культуры.—2011.—С 8-12.

33. Курбановский А.А. Реализма без реального. Аспекты китча // Искусствознание. — 2017. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizm-bez-realnogo-aspekty-kitcha> [интернет-ресурс] (дата обращения: 09.04.2023).
34. Кэрролл Л. «Алиса в Стране чудес. Алиса в Зазеркалье», 1978 г., – М.: ЭКСМО, 384 стр.
35. Летфуллина Г. Гипнотическая коллекция Айрис ван Херпен // Interior + Design – [Электронный ресурс] URL: <https://www.interior.ru/design/6692-gipnoticheskaya-kollektsiya-ajris-van-kherpen.html> (дата обращения: 03.04.2023).
36. Лотман Ю. М. Куклы в системе культуры / Ю. М. Лотман // Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб. : Искусство —СПб, 1998.—С. 645-650.
37. Матвеев А.В. Инновационные технологии известных производств. Статья. М. «Наука и жизнь» №473/02- 2023, стр.49-57
38. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. В 4-х тт. – М.-СПб 1993–2005.
39. Мода в видеоиграх, Limedia, Август 2022 – URL: <http://libera.media/gamefashion> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
40. Мода и стрит-арт: искусство, реакционеры и удачные вложения, 2022 г. - URL: <https://wfc.tv/ru/stati/o-mode/fashion-and-steet-art/> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
41. Мэри Элис Касто, Мэрилин Делонг. Постигая классику: анализ эстетического отклика как первый шаг в сторону медленной моды / Теория моды. Одежда, тело, культура. Лето (№53) 2019. С. 31-61
42. Назаров Ю.В., Попова В.В. Фэшн-индустрия в борьбе за чистоту планеты // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. 2022. №2-2. С. 30-38.
43. Нарядным на эшафот: мода и видеоигры, Игромания, Май 2016 – URL: [https://www.igromania.ru/article/27771/Naryadnym\\_na\\_yeshafot\\_moda\\_i\\_videoigry.html](https://www.igromania.ru/article/27771/Naryadnym_na_yeshafot_moda_i_videoigry.html) [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
44. О чем говорит мода: лозунги на одежде и аксессуарах, 2020 г. - URL: <https://wfc.tv/ru/stati/o-mode/o-chem-govorit-moda-lozungi-na-odezhde-i-aksessuarakh/> [интернет ресурс] (дата обращения 09.01.2023)
45. Обзор каталога The Sims 4: Moschino, Simsmix, 2019 – URL: <https://simsmix.ru/2019/08/obzor-kataloga-the-sims-4-moschino/> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
46. Отведай из кубка Louis Vuitton для League of Legends: как видеоигры завоевывают модную индустрию, Buro, Ноябрь 2019 – URL: <https://www.buro247.ru/business/technologies/6-nov-2019-videogames-love-fashion.html> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
47. Персидский ковер (Материал из Википедии — свободной энциклопедии) — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%91%D1%80](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%91%D1%80) [интернет-ресурс] (дата обращения: 02.04.2023).
48. Петушкова Г.И., Курилина Н.С. Принципы экологического проектирования в дизайне костюма // Костюмология. — 2022 №1. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/05IVKL122.pdf>

49. Платье-пузырь (Мода XX века) – URL: <https://www.casual-info.ru/wiki/%D0%9F%D1%83%D0%B7%D1%8B%D1%80%D1%8C%20%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B5/> [интернет-ресурс] (дата обращения: 02.04.2023)
50. Подтележникова Е. Н., Штапов А. В. “Ирреальность в русских народных сказках”, 2019 г., - М.: Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация №4. С. 91-95.
51. Показ модного дома Balenciaga сезона весна-лето 2023 // VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/balenciaga> (дата обращения 13.03.23г.)
52. Показ модного дома Bottega Veneta сезона весна-лето 2023// VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/bottegaveneta> (дата обращения 13.03.23г.)
53. Показ модного дома Dior сезона осень-зима 2023-24 // VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/F/W2023-24ready-to-wear/dior> (дата обращения 10.04.23г.)
54. Показ модного дома Dolce&Gabbana сезона весна-лето 2023 // VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/dolce&gabbana> (дата обращения 13.03.23г.)
55. Показ модного дома Fendi сезона осень-зима 2023-24 // VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/F/W2023-24ready-to-wear/fendi> (дата обращения 10.04.23г.)
56. Показ модного дома Michael Kors сезона осень-зима 2023-24 // VOGUE RUNWAY. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/F/W2023-24ready-to-wear/michael-kors> (дата обращения 10.04.23г.)
57. Привидения уличного художника GucciGhost появятся в осенней коллекции Gucci, 2016 г. - URL: [https://www.vogue.ru/peopleparties/afisha/privedeniya\\_ulichnogo\\_khudozhnika\\_guccighost\\_poyavyatsya\\_k\\_osenney\\_kollektsii\\_gucci](https://www.vogue.ru/peopleparties/afisha/privedeniya_ulichnogo_khudozhnika_guccighost_poyavyatsya_k_osenney_kollektsii_gucci) [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
58. Р. ван ден Аккер, “Метамодернизм. Историчность, Аффект и Глубина после постмодернизма”, 2020 г., - М.: РИПОЛ классик, 342 стр.
59. Рашитова С. Ф. Рождение Пандоры / М. М. Новикова // Мир куклы в истории культуры.—2011.—С. 79-83.
60. Рисунки на коврах: узлы на счастье // Вокруг света. — 2016. — № 3. — URL: <https://www.vokrugsveta.ru/article/245836/> [интернет-ресурс] (дата обращения: 02.04.2023).
61. Рома Уваров посвятил коллекцию весна-лето 2020 вольной жизни цыган (Новостная заметка в модном интернет-журнале The Blueprint) — URL: <https://theblueprint.ru/news/13269> [интернет-ресурс] (дата обращения: 08.04.2023).
62. Руденко С. И. По следам древних культур. М.: — 1951.
63. Румянцева О.В. Отражение национального менталитета в коллекциях Александра Маккуина / О.В. Румянцева, Е.А. Запольская // Вестник Костромского государственного технологического университета. 2016. № 1(36). С. 48-52.
64. Стена и голос: как и почему модные бренды социально высказываются через уличное искусство, 2021 г. - URL: <https://www.pravilamag.ru/life->

- style/270733-stena-i-golos-kak-i-pochemu-modnye-brendy-socialno-vyskazyvayutsya-cherez-ulichное-iskusstvo/ [интернет ресурс] (дата обращения 06.01.2023)
65. Стил. В. Мода: версии будущего / Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / Под ред. Адама Гечи и Вики Караминас; пер. с англ. Т. Пирусской. – М.: Новое литературное обозрение, 2020. – 288 с.: ил. С. 18-34
66. Сью Томас. Оттенки зеленого: наброски к словарю экомоды // Теория моды. Одежда, тело, культура. Лето (№52) 2019. С. 55-73
67. Тимохин А. Что такое майлар? // Recture.ru – [Электронный ресурс] URL: <https://recture.ru/common/chto-takoe-maylar/> (дата обращения: 27.03.2023).
68. Уваров А.В., Назаров Ю.В. Современная дизайнерская практика. Этические проблемы // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. 2023. №1-2. С. 37-50.
69. Уткин П. И., Королева Н. С. Народные художественные промыслы: Учеб. для проф. учеб. заведений. — М.: Высш. шк.,. 1992. 159 с.
70. Филиппова Д. Ковер на стене: традиции и современность (Статья в интернет-журнале о дизайне и архитектуре BERLOGOS) — URL: <http://www.berlogos.ru/article/kover-na-stene-t> [интернет-ресурс] (дата обращения: 06.04.2023).
71. Художник граффити обвинил Джереми Скотта в плагиате, 2015 г. - URL: <https://moda.ru/news/hudozhnik-graffiti-obvinil-dzheremi-sk/> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
72. Шпалерные мастерские западной Европы в XVIII веке (Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. Реставрация и консервация) — URL: <https://museumconservation.ru/data/specprojects/tkanoe-velikolepie/history-of-tapestries/shpalernye-masterskie-zapadnoj-evropy-v-xviii-veke/> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).
73. Юбка-тюльпан (Энциклопедия моды) – URL: <https://www.casual-info.ru/wiki/%D0%A2%D1%8E%D0%BB%D1%8C%D0%BF%D0%B0%D0%BD%20%D1%8E%D0%B1%D0%BA%D0%B0/> [интернет-ресурс] (дата обращения: 02.04.2023)
74. A FOUR DAY FESTIVAL OF MUSIC, STREET ART, SKATE + BMX, 2022 г. - URL: <https://www.nassfestival.com/street-art/> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
75. A perspective on Fashion within Video Games, Platforme Blog – URL: <https://www.platforme.com/blog/a-perspective-on-fashion-within-video-games> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
76. Balenciaga Goes Grunge For "Graffiti" Luggage Collection, 2017 г. - URL: <https://hypebeast.com/2017/12/balenciaga-graffiti-luggage> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
77. Burberry released a digital clothing collection in the Minecraft universe, Parametric Architecture November 2022- URL: <https://parametric-architecture.com/burberry-released-digital-clothing-collection-in-the-minecraft-universe/> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
78. Chloé PRE-FALL 2016 (заметка в электронном журнале VOGUE) — URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2016/chloe> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).

79. Choose your fighter: the fashion brands outfitting video gamers, Wallpaper, Laura Hawkins, October 2022 – URL: <https://www.wallpaper.com/fashion/video-games-luxury-brands> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
80. Craik, J. The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion / J. Craik. – New York: Routledge, 1993. – 250 p.
81. Delarue N., Otto K. Shift Souls & Hypnosis // Philip Beesley Studio Inc – [Электронный ресурс] URL: <https://www.philipbeesleystudioinc.com/project/shift-souls-hypnosis/> (дата обращения: 03.04.2023).
82. Ebert G. Dizzying Kinetic Sculptures by Anthony Howe Billow and Writhe in the Wind // Colossal – [Электронный ресурс] URL: <https://www.thiscolossal.com/2020/12/anthony-howe-kinetic-sculpture/> (дата обращения: 27.03.2023).
83. Good on you / Рейтинги брендов [Электронный ресурс]. URL: <https://goodonyou.eco> (дата обращения 04.04.23)
84. Gucci FALL 2008 READY-TO-WEAR (заметка в электронном журнале VOGUE) — URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2008-ready-to-wear/gucci> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).
85. Hitti N. Iris van Herpen emulates a state of hypnosis for latest couture collection // Dezeen – Architecture and Design Magazine – [Электронный ресурс] URL: <https://www.dezeen.com/2019/07/11/iris-van-herpen-hypnosis-couture-fashion/> (дата обращения: 27.03.2023).
86. How Video Games Became Fashion's New Runway, Hypebeast, 2021 – URL: <https://hypebeast.com/2021/8/fashion-gaming-partnership-collaboration-gcds-giuliano-calza> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
87. Luxury Fashion Brands Turn to Gaming to Attract New Buyers, Wired, May 2021 – URL: <https://www.wired.com/story/luxury-fashion-brands-video-games-shopping/> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
88. Marchese K. Iris van Herpen sculpts 'kinetic couture' that moves as models walk the runway // Designboom – [Электронный ресурс] URL: <https://www.designboom.com/design/iris-van-herpen-couture-fw19-kinetic-sculpture-anthony-howe-07-03-2019/> (дата обращения: 27.03.2023).
89. Maurer D.V., Maurer P. Marbling: A Complete Guide to Creating Beautiful Patterned Papers and Fabrics, 1991. 120 p. ISBN: 1567991130.
90. Moncler – URL: <https://www.moncler.com/ru-ru/genius-6-moncler-1017-alyx-9sm.html> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
91. Mostick, 2022 г. - URL: <https://vk.com/moscow.stickers> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
92. Phelps N. Iris van Herpen Fall 2019 Couture Collection // VOGUE Runway – [Электронный ресурс] URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-couture/iris-van-herpen> (дата обращения: 27.03.2023).
93. Saint Laurent SPRING 2017 READY-TO-WEAR (заметка в электронном журнале VOGUE) — URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/saint-laurent> [интернет-ресурс] (дата обращения: 04.04.2023).
94. State-of-the-art // Iris van Herpen – [Электронный ресурс] URL: <https://www.irisvanherpen.com/state-of-the-art> (дата обращения: 01.04.2023).

95. Stencibility goes to Europe, 2022 г. - URL: <https://www.tartu2024.ee/stencibility-goes-europe> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
96. Stephen Sprouse by Louis Vuitton: потустороннее дефиле, 2009 г. - URL: <https://trendymen.ru/style/fashion/10846> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
97. The art of eco friendly graffiti, 2016 г. - URL: <https://world.dolcegabana.com/discover/dolce-gabbana-dgfamily-graffiti/> [интернет ресурс] (дата обращения 06.01.2023)
98. The Maison of Iris van Herpen // Iris van Herpen – [Электронный ресурс] URL: <https://www.irisvanherpen.com/about/the-maison> (дата обращения: 01.04.2023).
99. The raise of street art and its promise for investors, 2022 г. - URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/06/29/the-rise-of-street-art-and-its-promise-for-investors/?sh=6a25a5346e8b> [интернет ресурс] (дата обращения 26.12.2022)
100. Video Games and High Fashion, Fault, February 2022 – URL: <https://fault-magazine.com/2022/02/video-games-and-high-fashion/> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)
101. Video Games Are Becoming a High-Fashion Playground, Vogue, Christian Allaire, October 2021 - URL: <https://www.vogue.com/article/video-game-fashion-designer-collaborations> [интернет-ресурс] (Дата обращения: 15.12.2022)

## Сведения об авторах

<i>Айрапетян Мари Кароевна</i>	<i>Студентка 3 курса бакалавриата кафедры Дизайн Костюма. РГУ им. А.Н.Косыгина</i>
<i>Васенкова Ульяна Дмитриевна</i>	<i>Магистрант 1 курса кафедры Дизайна костюма. РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Вернер Любовь Константиновна</i>	<i>Доцент Кафедры дизайна костюма РГУ им.А.Н. Косыгина</i>
<i>Егорова Лариса Викторовна</i>	<i>Старший преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин. МХПИ</i>
<i>Кокурина Полина Сергеевна</i>	<i>Магистр 2 курса кафедры Дизайн Костюма. РГУ им. А.Н.Косыгина</i>
<i>Курилина Наталия Сергеевна</i>	<i>Доцент Кафедры дизайна костюма Института дизайна. РГУ им. А.Н. Косыгина</i>
<i>Осиян Маргарита Борисовна</i>	<i>Магистрант 2 курса Кафедры дизайна костюма РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Петушкова Галина Ивановна</i>	<i>Доктор искусствоведения. Профессор Кафедры дизайна костюма Института дизайна РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Сысоев Сергей Викторович</i>	<i>Доцент, заведующий кафедрой Дизайн Костюма. РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Сысоева Ольга Юрьевна</i>	<i>Старший преподаватель кафедры декоративной живописи и графики. РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Хлебников Лев Денисович</i>	<i>Магистрант первого курса кафедры дизайна костюма. РГУ им. А. Н. Косыгина</i>
<i>Шамшина Любовь Михайловна</i>	<i>Доцент кафедры Дизайн костюма РГУ им. А.Н.Косыгина</i>



Электронное научное издание  
сетевого распространения

**Эко-концепции в индустрии моды**  
**монография**

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте [mail@scipro.ru](mailto:mail@scipro.ru)

Подготовлено с авторских оригиналов

# ЭКО-КОНЦЕПЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ



ISBN 978-5-907607-29-3



9 785907 607293 >

Усл. печ. л. 4,2

Объем издания 29,8 МВ

Оформление электронного издания: НОО  
Профессиональная наука, mail@scipro.ru

Дата размещения: 22.06.2023г.

URL: [http://scipro.ru/conf/monograph\\_220623.pdf](http://scipro.ru/conf/monograph_220623.pdf).