

УДК: 687.01:687.11:391

## ДЕФИЛЕ – НОВЫЙ ВИД ИСКУССТВА

Глинская Е.В.<sup>1</sup>, Климова Л.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ИСОиП (филиал) ДГТУ – Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донской государственный технический университет», Россия, Шахты  
e-mail: [katerina.glinskaya@mail.ru](mailto:katerina.glinskaya@mail.ru) , [k\\_larissas@mail.ru](mailto:k_larissas@mail.ru)

**Данная статья рассматривает модный показ и как средство демонстрации трендов, и как сложноорганизованный художественный процесс с собственной образной системой и методами воспроизведения. Затрагивается следующий вопрос: можно ли считать дефиле новым видом искусства?**

Ключевые слова: Модный показ, модное дефиле, современное искусство, постмодернизм, новые виды искусства, семантика дефиле, роль дефиле.

### DEFILE - NEW ART

Glinskaya E.V.<sup>1</sup>, Klimova L.A.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ISaE DSTU-Institute of service and entrepreneurship, branch of DSTU, Russia, Shakhty,  
e-mail: [katerina.glinskaya@mail.ru](mailto:katerina.glinskaya@mail.ru) , [k\\_larissas@mail.ru](mailto:k_larissas@mail.ru)

**This article considers fashion both as a means of demonstrating trends and as a complex organized artistic process with its own figurative system and reproduction methods. The following question is raised: can defile be considered a new type of art?**

Keywords: Fashion show, fashion defile, modern art, postmodernism, new art, semantics defile, role defile.

Театрализованные модные показы XXI века стали своеобразным посредником между актуальным искусством и проектированием одежды. Кроме того прослеживается значительное воздействие концептуального феномена и на дизайне костюма, и на развитии модного дефиле. Концептуализм стал, своего рода, двигателем моды и ее составляющих.

Из-за стремительного развития способов демонстрации дефиле, тема культурного значения модного показа является объектом пристального внимания исследователей в последнее время. Вопрос о значении модного показа затрагивается в работах авторов: Дж. Ваттимо, А. Рослякова, Э. Васильевой, С. Гуцол и др. [2].

Современная эпоха заставила переосмыслить большинство культурных кодов художественного мышления, нарушены границы между традиционными видами и жанрами в искусстве. Эпоха постмодерна изменила само понятие искусства. В 1917 году Марсель Дюшан призвал всех переосмыслить это понятие, принеся на выставку «Фонтан» (который является обыкновенным писсуаром с подписью «R.Mutt» (Р. Дурак)), с вопросом: «Что делает искусство искусством». На поставленный вопрос у Дюшана был свой ответ: «все дело в подписи художника и контексте музея. Открыв эту закономерность, француз отменил необходимость создания работ художниками – это значит, теперь любой автор имеет право

назвать искусством все, что придет ему на ум, и произведение в этом случае будет актом его творческой воли» [11].

В работе использовались материалы по истории искусства, современной истории костюма XX –XXI веков научного характера (статьи, монографии), материалы сайтов по исследуемой проблеме. Для проведения исследований применялись общенаучные методы, в т.ч. методы анализа и синтеза, аналогии, цитат.

Одной из характерных черт постмодернизма является то, что главную роль играет не само произведение или процесс его создания, а то, как это произведение преподносится зрителю и какое воздействие оказывает на него. А в силу того, что искусство сегодня доходит до общества по средствам массовой коммуникации, искусство сегодня становится «медийным». А это непосредственно связывает художественное и эстетическое восприятие конкретной работы с историей ее создания, драматургией презентации и успеха. Таким образом, всеобщее признание художника зависит от меры воздействия, распространения, произведённого эффекта и способности привлечь, а подчас и шокировать зрителя.

На сегодняшний день культурная ценность того или иного произведения в основном определяется его «выставочной стоимостью». Поэтому на эстетизацию постсовременного искусства больше влияют ресурсы массовой коммуникации, нежели само искусство, так как его суть, по Дж. Ваттимо, является «эстетико-риторической». Благодаря чему вместе с распространением информации происходит установление всеобщего языка, всеобщего согласия и чувства вкуса.

Возвращаясь к вопросу можно ли назвать дефиле новым видом искусства, необходимо уточнить, что подразумевается под понятием «вид искусства» и какие виды искусства актуальны у современных художников в настоящее время. А также, что такое модный показ и какую роль он играет в раскрытии замысла дизайнера.

«Виды искусства - это исторически сложившиеся формы творческой деятельности, обладающие способностью художественной реализации жизненного содержания и различающиеся по способам ее материального воплощения». На сегодняшний день выделяют следующие виды искусства: изобразительное искусство, скульптура, архитектура, декоративно-прикладное искусство, литература, музыка, фотография, киноискусство, театр, балет, эстрада и медиаискусство [7].

Модный показ – это демонстрация одежды из новой коллекции на моделях. Родоначальником дефиле считается Чарльз Ф. Ворт (XIX в). Первые демонстрации коллекций проводились для узкого круга людей, состоявшего в основном из постоянных клиентов, кроме того старались пригласить двух-трех журналистов для дальнейшего распространения рекламы, которым не предоставлялось право даже зарисовывать модели.

Мероприятие проходило в магазине торговой марки, где интерьер был уже продуман в соответствии со вкусами и пожеланиями постоянных клиентов или же в зале не малоизвестного отеля. [6]. Ю. Л. Герасимова подтверждает, что основы проведения дефиле начали формироваться в 20-е годы прошлого столетия. Но фактически до 1960-х годов показ одежды на манекенщицах носила лишь информационно-рекламный характер. В фокусе была только одежда, от которой ничто не отвлекало[1,3]. Позднее маленькие комнатки отведенные для показов сменились большими залами (иногда залы гостиниц), с оборудованным подиумом, музыкой и декорациями в стиле марки. Такие показы заканчивались фуршетом и становились более публичными. Уже в начале XX столетия модные показы становятся популярнее, первопроходцем этого времени считают Поля Пуаре, его модные представления превратились в шоу, во многом схожие с нынешними дефиле. Большой зал вмещал в себя множество гостей, за сценой организовывалась «гримерка» («бекстейдж»), а в завершении устраивалась вечеринка (сейчас «афтепати») [6].

В 1931 году Эльза Скиапарелли изменила способ демонстрации дефиле, придав ему театрализованный характер [9].

В 1940-х годах начали появляться «Недели моды». Из-за оккупации Франции Германией мир европейской моды был закрыт. Тогда в 1943г. Элеонора Ламберт собрала в Нью-Йорке модельеров и дизайнеров из США, что бы создать «Пресс-Неделю», которая усилила и закрепила американский стиль в мире моды [9,4].

Вторым городом, где прошла Неделя моды, стал уже Париж (1973г.), позднее Милан (1979г.) и Лондон (1984г.). Первая же официальная Неделя моды в Нью-Йорке прошла только 1993г, однако именно этот город является прародителем этого шоу[4].

Сегодня модные показы превращаются в феерические действия. Активно используются современные достижения в науке и технике при организации показа. Сложно продумывается дизайн площадок, привлекаются актеры, музыканты и художники, для создания идейной атмосферы. Сами же показы проводятся в пространстве отелей, аэропортов, ресторанов, кафе, крупных торговых центрах и т.д. Таким образом, для организации модного показа привлекаются другие виды искусства такие как, архитектура, музыка, прикладное искусство, эстрада и т.д., что является одним из признаков искусства постмодернизма – синтетичность. Этот же признак не дает отнести модный показ ни к одному из выделенных видов искусств, делая его самостоятельным. В этом проявляется сходство модного показа с кинематографом и эстрадным искусством.

Еще одним характерным признаком постмодернизма является маргинальность[12], которая также присуща модным показам. Заимствованный материал извлекается из естественного окружения или контекста, и помещается в новую или несвойственную ему

область. Так, например один из показов Пьера Кардена в 2007 году проходил в китайской пустыне Дуньхуан. Некоторым моделям и гостям пришлось добираться до места на верблюдах. На бетонном подиуме посреди песков Карден продемонстрировал 200 образов коллекции — преимущественно в белом цвете, что подчеркнуло минималистский природный пейзаж [14].

Одним из ярких примеров могут послужить показы лейбла Lanvin. Модный дом проводит показы своих ультрасовременных коллекций в здании Национальной школы прекрасных искусств, построенном в стиле ампир. Авангардная одежда в этом величественном зале выглядит очень эффектно.

Проанализировав модные показы ведущих брендов на протяжении последних двадцати лет, можно сделать вывод о том, какую роль играет организация сценической среды дефиле в раскрытии замысла дизайнера.

Большое значение в выражении задумки дизайнера имеет и место проведения дефиле. Например, отели тогда и сейчас остаются наиболее предпочитаемым местом для проведения модных показов, но уже взамен обычным салонам предпочитают большие балльные залы для вечерних приемов. Такой способ проведения модных показов логичен и прост. Подчеркнут старый интерьер, что является своего рода и демонстрацией приверженности традициям, и данью уважения состоятельным клиентам, и намеком на то, что марка рассчитана на демонстративную роскошь [8].

Подобные исторические и музейные помещения говорят о том, что конкретный лейбл рассчитан на образованных и состоятельных клиентов. А в случае организации модных дефиле на складах, фабриках, стадионах и т.д. означает, что марка хочет быть современной до радикальности и ее аудиторией являются массы. Но встречаются и гибридные соединения [4].

На сегодняшний день можно отметить следующие особенности: смена дизайнера лейбла не приводит к радикальному изменению стиля марки, но зачастую происходит перемена места показа, и способ демонстрации. Если же дизайнер решает не менять место проведения показа, то для того чтобы добиться отражения определенной атмосферы, дизайнер прибегает к простой замене цветового решения трибун и покрытия подиума [8].

В редких случаях смена дизайнера все-таки приводит к кардинальным изменениям стиля марки, например, из-за открытия новых линеек одежды, в таком случае подобные изменения влекут за собой и смену места показа, и стиль демонстрации. Подобную тенденцию можно заметить на примере марки Yves Saint Laurent. В связи с ребрендингом компании произошли изменения во всей концепции марки и место проведение показов было изменено [10].

Нужно обратить внимание и на то, что способы подачи мужских и женских коллекций не одинаковы. Показы мужской одежды проходят менее феерично, нежели показы женской. Главный акцент падает на саму одежду, дизайнеры стараются не отвлекать внимание от продукта посторонними действиями. Недели моды мужских коллекций более сдержанны, а интерьер лаконичен и функционален. Что же касается женских коллекций, то зрителям зачастую представляется наблюдать грандиозные представления. Скорее всего, данная закономерность связана с различием психологического восприятия вещей у мужчин и женщин.

Над работой по организации дефиле стоит большая группа людей, которая отвечает за создание образа показа. Здесь можно заметить некоторые сходства между театральной постановкой спектакля и модным показом.

Самой организацией создания образа спектакля занимается сценография (театрально-декоративное искусство, вид художественного творчества, занимающийся оформлением спектакля и создания его изобразительно-пластического образа, существующего в сценическом времени и пространстве [13]).

Организацией дефиле тоже занимаются художники-сценографы. Обычно такая команда сценографов включает в себя художников, дизайнеров интерьера, художников по свету, инженеров-конструкторов, звукорежиссёров и архитекторов, всеми которыми руководствует главный дизайнер модного дома, воплощая в полной мере идею коллекции и бренда в сценической среде модного показа [13,4].

Отвечая на вопрос может ли модный показ быть искусством необходимо отметить самые впечатляющие показы мод:

В 1999 году, Александр МакКуин (Alexander McQueen) выпустил модель в белом платье. Два робота распылили краску на платье, превращая его в арт-объект. Подобным перформансом МакКуин доказал, что мода может быть искусством [14].

Карл Лагерфельд (Karl Lagerfeld) знаменит своими грандиозными декорациями для показов компании Chanel. За каждым фантастическим шоу, которое устраивает дизайнер для своих коллекций, всегда кроется социальная подоплека. Вне зависимости от направления коллекции, будь это haute couture, prêt-à-porter или Métiers d'Art, каждый показ является заявлением с определенной концепцией. В 2007 году, Лагерфельд для марки Fendi, устроил показ на Великой Китайской стене. На подготовку этого шоу у итальянского Дома ушло ровно 12 месяцев и 10 миллионов долларов [14].

Также нужно упомянуть Рафа Симонса (Raf Simons), который организовал модный показ для дома Dior (в июле 2012 года). Дефиле проходило в отеле, пять комнат, которого были заполнены цветами от потолка до пола. Цветочные лабиринты сформировали

неповторимую атмосферу изысканности, легкости, утонченности и романтики, что соответствует философии бренда [4].

Модный дом Gucci воплотил в жизнь фразеологизм «потерять голову». На показе марки осень-зима 2018 модели выходили на подиум неся в руках резиновые копии собственных голов, выполненных весьма реалистично. Оформленный в бутафорских больничных интерьерах зал, с операционным столом в зеленых стенах стал основой перформанса. Такая подача одежды носит ироничный характер, а ирония является одним из признаков постмодернизма. Роль одежды в показе была приглушена самой её подачей, привыкшие, на первый взгляд, ко всему почитатели высокой моды с трудом могли сосредоточиться на экземплярах новой коллекции [14].

Таким образом, находясь на показе, зритель наблюдает не простую демонстрацию модной одежды, а полномасштабное шоу, со своей философской идеей, образом и атмосферой.

Можно сказать, что благодаря синтезу разных средств художественной выразительности достигается особенная атмосфера модного дефиле. Сегодня модные показы отличаются различными подходами в постановках: от видимой идеи формы и цвета одежды до философской глубины подтекстов смыслов и образов моды, от особой гармонии тела человека и костюма до многообразной трансформации окружающей среды.

Такое событие становится специфическим способом передачи художественных идей, формирования новых явлений и смыслов, визуализации мыслей дизайнера одежды. Модный показ сегодня имеет все признаки искусства постмодерна, он включает в себя другие виды искусства, но при этом не относится ни к одному из них, являясь самостоятельным.

#### Список литературы:

1. Герасимова Ю.Л. История дефиле. Стилистика, образ в современном дефиле. (тезисы)/ Ю.Л. Герасимова//Тенденции и перспективы развития легкой промышленности. Повышения конкурентоспособности товаров в период подготовки к вступлению России в ВТО: сб. материалов Междунар. научн.- практич. конф., 20-23 апр. 2005г. –Омск.: Омский гос. Институт сервиса– 2005г. –С.58.
2. Гуцол С.Ю. Феномен моды в зеркале семиотического подхода / С.Ю. Гуцол//Вестник НТУУ «КПИ», выпуск 3, 2008г. – С.7.
3. Васильева Э.В. Модный показ, как система кодов современной культуры / Васильева Э.В. // Вестник Челябинской академии культуры и искусства – Челябинск.– 2015 –№2(42). – С.98–105.

4. Инновации в дизайне и проектировании объектов индустрии моды: монография/ Л.А.Климова, Т.М. Рамазанова, М.Г. Плотникова [и др.], под ред. Л.А. Климовой; ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты. – Новочеркасск: Лик, 2018. – 242 с.: ил.
5. Грусман М.В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации. Автореферат/ М.В. Грусман// Санкт-Петербург–2010. // [Электронный ресурс]. – URL: <http://cheloveknauka.com/moda-kak-fenomen-kultury-i-sredstvo-sotsiokulturnoy-kommunikatsii>(дата обращения 21.10.2019г.).
6. Дефиле. Энциклопедия моды. Глоссарий. [Электронный ресурс].– URL: <https://wiki.wildberries.ru/glossary/%D0%B4%D0%B5%D1%84%D0%B8%D0%BB%D0%B5> (дата обращения 28.10.2019г.).
7. Искусство. Терминология. [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn--i1abbnckbmc19fb.xn--p1ai/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/517176/> (дата обращения 28.10.2019г.).
8. Искусство на показ. Дизайн дефиле. Марина Прохорова о том, как интерьеры сопровождают модному замыслу. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.forbes.ru/forbes-life/issue/2015-04/283127-iskusstvo-na-pokaz> (дата обращения 01.11.2019г.).
9. История дефиле и Недель мод: от частных показов — до грандиозных шоу. [Электронный ресурс]. – URL: <https://burdastyle.ru/stati/istoriya-defile-i-nedel-mod-/> (дата обращения 01.11.2019г.).
10. История Дома Yves Saint Laurent [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.glamour.ru/fashion/shopping/510311\\_510311\\_IstoriyaDomaYvesSaintLaurent](https://www.glamour.ru/fashion/shopping/510311_510311_IstoriyaDomaYvesSaintLaurent) (дата обращения 02.11.2019г.).
11. Концептуализм: почему некрасивое искусство — это хорошо. [Электронный ресурс].– URL: <https://style.rbc.ru/impressions/571638819a79472acdb34ab9> (дата обращения 03.11.2019г.).
12. Постмодернизм. [Электронный ресурс]. – URL: <http://ency.info/mirovaya-khudozhestvennaya-kultura/raznoobrazie-stilej-v-iskusstve-i-ikh-osobennosti/489-postmodernizm> (дата обращения 07.11.2019г.).
13. Роль сценической среды в -раскрытии образов коллекции костюмов. Салахов Р.Ф., Кузьмина К.П. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12739> (дата обращения 07.11.2019г.).
14. MY FASHION. [Электронный ресурс]. – URL: [https://picpublic.com/amp/user/myfashion\\_ru/](https://picpublic.com/amp/user/myfashion_ru/) (дата обращения 09.11.2019г.).