

Миргородская Н.В.

аспирант, Харьковская государственная академия дизайна и искусств

## СПОСОБЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МОДНЫХ ОБРАЗЦОВ КОСТЮМА: ОТ МАНЕКЕНА ДО МАНЕКЕНЩИЦ

*Аннотация.* В статье рассматриваются способы распространения моды с использованием манекенов и живых манекенщиц в историческом и культурологическом контексте.

**Ключевые слова:** мода, манекены, манекенщицы, модели.

*Анотація.* Миргородська Н.В. Способи репрезентації модних зразків костюма: від манекена до манекенщиць. У статті розглядаються способи поширення моди за допомогою манекенів і живих манекенщиць в історичному й культурологічному контекстах.

**Ключові слова:** мода, манекени, манекенщиці, моделі.

*Summary.* Mirgorodskaya N.V. The ways of representation of fashion images of suit from tailor's dummy to models. The article deals with ways of fashion spreading by using tailor's dummies and models in historical and cultural contexts

**Keywords:** fashion, tailor's dummy, model, pattern.

**Постановка проблемы.** История распространения модных образцов костюма – это, прежде всего, предметное разнообразие, отражающее фазы развития рекламы моды. Изучение процессов, непосредственно связанных с чрезвычайным динамизмом и глобальным характером изменений во всех сферах общественной жизни, технологическом прогрессе, расширении информационного поля, ставит новые задачи, которые неразрывно связаны с модельным бизнесом и способами репрезентаций моды, реализованной в авторских коллекциях дизайнеров. **Цель** данной публикации проследить способы репрезентации модных образцов в их историческом и культурологическом контексте.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Авторы существующих «Историй костюма и моды» достаточно детально описывают первые практики презентации модных тенденций в одежде, которые они относят к самой глубокой древности [1-4]. В частности, они утверждают, что предшественниками современных манекенов были древнеримские раскрашенные фигурки из глины, высотой от 8 до 25 см., так называемые «фигуринь», которые рассылались в римские провинции для уведомления граждан о новых веяниях моды в столице. Как своеобразные распространители моды, они позволяли узнать, какой фасон и цветовая гамма одежды предпочтительны в Римской империи. Известно, что у древнеегипетской царицы Клеопатры была целая коллекция таких фигурин [3].

В Европе манекены начали использовать, начиная с XVI века. Первый манекен, которому дали имя «маничино» (отсюда манекен), был сделан итальянским монахом Бачио в монастыре Сен Марко. Вскоре манекены «перекочевали» в Голландию, Бельгию и Францию. Их делали из различных материалов: ивовых прутьев, проволоки, воска, а также для некоторых частей тела использовали фарфор [3].

В 1642 году французы создали две куклы, ставшие прекрасным средством распространения моды, так называемые: «Большая Пандора», которую наряжали в модную (согласно требованиям времени и сезона) парадную одежду; и «Малая Пандора», демонстрирующая уютное домашнее платье. К Пандорам прилагался целый гардероб одежды, а также парфюмерия и ювелирные украшения. Дважды в год эти куклы из Парижа отправлялись во Дворы столиц других государств как репрезентанты моды [8, с.69].

В России во времена царствования Петра I европейскую моду «выставляли» на манекенах посреди людных площадей городов. Был принят специальный указ «[...] по градским воротам [...] для образца повешены были чучалы, сирече, образцы платью» [1, с.4]. Известно, что царица Елизавета Петровна поджидала прибытия французских кораблей в Санкт-Петербургский порт, чтобы перехватить самые последние образчики тканей, лент, кружев и фасонов прежде, чем с ними познакомятся другие шеголихи. Вплоть до середины XVIII века манекены по-прежнему оставались единственным вестником новинок моды. Однако, в Россию их привозили уже не только из Парижа,

Надійшла до редакції 15.12.2011

но и из Лондона, что свидетельствует о возраставшем влиянии английской моды [1, с.10].

Современный внешний вид манекен приобрел только в 30-х годах XX века в Америке. Длинноногие, стройные, изящные “fashion dolls” (“модные куклы”, именно так тогда их называли) не просто демонстрировали одежду в витринах магазинов, они стали своеобразным идеалом внешности, ориентируясь на который выросло не одно поколение американцев и европейцев [3]. В наше время существуют различные виды манекенов для демонстрации модной продукции, среди них: спортивные, стилизованные, разных полов, возрастных категорий и цветовых решений. Для демонстрации отдельного ассортимента одежды изготавливаются также бюсты и торсы, отдельные демонстрационные формы (руки, кисти, ноги и т.д.). Таким образом, становится понятным, каким образом происходило усовершенствование манекена как репрезентанта модных идей и информатора об их изменении. Однако, остаются нераскрытыми его другие функции, в частности: стилизации женского тела (как эталона красоты), формирования и распространения модной рекламы. Эти проблемные вопросы требуют отдельного рассмотрения.

**Изложение результатов исследования.** Во второй половине XIX века Чарльз Фредерик Ворт первым из европейских модельеров начал демонстрировать свои новые наряды на «живом манекене», в роли которого выступила его жена Мари Верне. Позже он демонстрировал одежду на специально отобранных девушках-манекенщицах. Большинство из них были танцовщицами, актрисами, кокетками, для которых показы являлись разовой работой. Их облачали в черные под горло платья с длинными рукавами, поверх которых надевали творения модельера. А для демонстрации вечерних платьев, надевали «нательные чехлы», поскольку аристократическое общество не хотело носить и покупать одежду «с плеча» низших сословий [6, с.99]. Компромисс был найден, когда в Париж из Америки привезли первых профессиональных манекенщиц.

Первое упоминание о модном бюро в периодической литературе датируется 1915 годом. Модные новинки высматривали, посещая палаты депутатов, заседания научных обществ, театры и общественные места. Так, например, мадам Пакен представляла свои модели великосветскому бомонду, приглашая привлекательных манекенщиц на большие скачки в Лонг-чамп. Такими оригинальными рекламными решениями стали пользоваться и другие модельеры, например, мадам Люсиль, открывшая свой Дом моделей в Лондоне в 1890 году. Она устроила в Нью-Йорке шоу с участием 150 манекенщиц [7, с.395].

Стремительным ростом популярности демонстрировать одежду, пользуясь услугами манекенщиц, не мог не воспользоваться известный модельер Поль Пуаре. С целью рекламы модных образцов своих коллекций он организовал тур по городам Европы и стал первым организатором показа моделей в форме дефиле. Пуаре был также первым организатором профессионального показа моды в Москве и Петербурге в

1911 г., покорив русских модниц блестящим и зрелищным показом [6, с.100].

14 мая 1916 года состоялся показ русской моды в «Палас-театре», где среди участниц были знаменитые балерины Тамара Карсавина, Людмила Бараш-Месаксуди, Ольга Глебова-Судейкина [6, с.101]. Манекенщиц первой половины XX в. условно разделяли на несколько категорий:

- «манекен дублеры», имеющие фигуры как у самых важных клиенток дома моды, чтобы можно было на них делать примерки;
- «манекен де кабин» – манекенщицы, на которых делали модели (методом наковки);
- «манекен ведет» – демонстрировали модели во время показов;
- «манекен волант» – манекенщицы, которые ездили с показами в турне;
- «манекен мондэн» – «светские манекенщицы», то есть дамы высшего света, которым Дома мод бесплатно предоставляли платья, чтобы они их надевали во время приемов [6, с.98-99].

С появлением фотографии, все великие Дома мод – Бель-Эпок-Ворт, Пакен, Дусе, Дреколь, сестры Калло, Дейе – стали пользоваться услугами фотомоделей, которые блистательно демонстрировали шедевры от-кутюр. После первой мировой войны, модельеры все чаще стали пользоваться услугами манекенщиц и приглашали их работать в Дома мод Жана Пату, Поля Пуаре, Шанель, мадам Вионне, Эльзы Скиапарелли, Жанны Ланвэн, Шанталь и других. В 20-е годы на подиум вышли русские эмигрантки, которые отличались аристократическим шармом, манерами и элегантностью. Именно русские красавицы привнесли во французские салоны термин «светская манекенщица», под которыми подразумевалось умение подать себя, блестящие манеры и хорошее образование, знания нескольких иностранных языков. Все это подавалось вместе с вечерними туалетами. Именно русские эмигрантки, ставшие манекенщицами, поставили эту профессию на престижный уровень, и приучили владельцев Домов моды платить за работу неплохое жалованье, возросшее затем до баснословных гонораров [6, с.100].

После окончания второй мировой войны мода на русских красавиц пошла на убыль. Послевоенные трудности отразились и в мире моды. Из-за недостатка материалов и средств, устроить показы мод не представлялось возможным, и тогда возникла идея создания Парижского Театра моды, где модельеры продемонстрировали свое великое мастерство на маленьких куклах из проволоки при минимальном расходе ткани. Двести таких кукол с симпатичными гипсовыми головками и волосами из ниток стали посланницами моды. Выдающийся иллюстратор и замечательный оформитель Кристиан Берар создал превосходную сцену для этого оригинального спектакля. После успешного показа в музее декоративного искусства в Париже эта кукольная труппа совершила турне через всю Америку, вновь покоряя старых клиентов и привлекая новых [2, с.210].

Во второй половине XX в. появляется такая специфическая классификация манекенщиц, как: «топ-модель» или «супермодель», а также «парт-модель», предоставляющая для съемок различные части своего тела. Эти модели чаще всего участвуют в рекламе ювелирных изделий, косметики, обуви и т.д. Также появилась «характерная модель», то есть модель любого возраста, типажа, с любыми размерами и цветом кожи, которая отвечает рекламному образу, на который рассчитывает заказчик. Одной из первых моделей, которую признали супермоделью, была Дориан Ли. Работу в модельном бизнесе она начала в 1945г., была лицом одной из линий косметики компании Revlon, звездой модельного агентства Ford. В те времена работа фото-моделью была более престижной, чем на показах мод, поэтому Дориан предпочитала сниматься для журналов. Знаменитой высокооплачиваемой моделью была Лиза Фонсагривс, ее фотографии встречались практически во всех модных журналах: «Town&Country», «Life», «Vogue», «Vanity Fair» и «Time». Важно, что в 60-ые годы изменились стандарты красоты, благодаря чему самыми знаменитыми моделями стали Твигги, Шерил Тигс, Вильгельмина, Верушка, Джин Шримптон [2, с.395].

В 70-х годах благодаря движению «черное – это красиво» в модной индустрии среди моделей появились темнокожие девушки. Одной из первых была Иман, отличавшаяся редкой, изысканной красотой и грацией. Вслед за Иман в модельный бизнес пришли темнокожие красавицы Беверли Джонсон, принцесса Элизабет из Торо, Муниа Ороземане [2, с.274].

В 80-е годы вершиной модельной карьеры считались эксклюзивные контракты с косметическими фирмами, фото на обложках самых известных модных журналов, участие в рекламных кампаниях, а также быть «живым лицом» для знаменитых Домов моды. Дизайнеры хотели, чтобы одежду их Дома моды представляла только одна модель. Именно тогда моделям стали платить сверхвысокие гонорары за эксклюзивное участие в дефиле. К началу 90-ых годов в касту избранных «топ-моделей» входили Наоми Кэмпбелл, Линда Евангелиста, Татьяна Патиц, Клаудиа Шиффер, Кристи Терлингтон, Синди Кроуфорд, Надя Ауерманн [2, с.601]. Вскоре дизайнеры начали выступать против диктата топ-моделей, поскольку внимание прессы и публики на показах было приковано не к одежде, а к самим супермоделям.

В наши дни на подиумах и в рекламе модных брендов можно увидеть все типы внешности. В начале XXI в. популярностью пользуются новые королевы подиума: Кейт Мосс, Амбер Валетта, Карла Бруни, Кристен МакМенами, Алек Уэк, Карен Элсон, Софи Даль, Жизель Бюндхен. Иногда дизайнеры прибегают к услугам непрофессиональных манекенщиц, чтобы показать свои авторские коллекции в естественных условиях (так делали Ямамото, Кэндзо, Дом Гермес, Донна Каран). А некоторые и совсем отказываются от услуг, демонстрируя одежду просто на вешалках или манекенах.

Сегодня время моделей снова сменилось эрой супермоделей, надевая лучших девушек мира большей

властью, чем когда-либо прежде. Среди них: Агнесс Дейн, Хайди Клум, Зоуи Дешанель, Бар Рафаэле, Саша Пивоварова, Джессика Стэм, Адриана Лима, Миранда Керр, Дарья Веброви, Каролина Мерфи, Эмануела Де Паула, Наталья Водянова, Алессандра Амбросио и др. Современные технологии позволяют проводить оригинальные и высоко технологичные показы мод. Например, такие дизайнеры как Исаак Мизрахи и Джессика Лэнг демонстрировали модели одежды с помощью трехмерных голографических изображений. Организовать такой оригинальный показ пришло в голову корпорации Target. По словам представителей компании, это стало первым шоу без живых моделей и подиума [4].

Японская компания Flower Robotics совместно с фирмой SGI разработала роботехнический манекен Palette, способный позировать стоящему неподалеку человеку. Механическая девушка (а точнее, верхняя половина ее туловища, закрепленная на шесте) может менять положение рук и головы, демонстрируя, таким образом, под разными ракурсами наряд или украшение исключительно для стоящего рядом покупателя [5]. Палетта обладает не только красивым «телом» супермоделей, но и интеллектом, она умеет распознавать пол, возраст, размер одежды покупателя. Второстепенная задача этого манекена – проведение маркетинговых исследований.

Все выше изложенное позволяет сделать следующие **выводы**. Способы передачи информации о «модности» одежды имеют собственную историю, которая отображена, во-первых, в эволюции форм (размеров и материалов) разнообразных манекенов, которые сегодня имеют особую сложную структуру дифференциации. Во-вторых – в изменениях параметров и внешних характеристик манекенщиц, воплотившихся в реальных женских образах. И, если подтверждением первого могут быть практически только письменные документальные свидетельства, воспоминания, исторические описания и т.п., то свидетельством второго, кроме вербальных, могут быть снимки-иллюстрации в модных журналах, рисунки художников, многочисленные рекламные материалы. Соответственно, у этих визуальных свидетельств тоже есть «своя история», свои особенности и определенные критерии оценки, что и станет следующим шагом проводимого исследования.

#### Использованные источники:

1. Коршунова Т. Т. Костюм в России XVIII – начала XX века: из собрания государственного Эрмитажа / Т.Т. Коршунова. – Ленинград: «Художник РСФСР», 1979.
2. Зелинг Ш. Мода век модельеров 1900-1999 / Ш. Зелинг. – Kölnemann. 2000. – С. 210-211.
3. <http://www.lubaks-sunway.ho.ua/faq/32.html>
4. <http://luxury-info.ru/style/fashion/news/pokaz-mod-bez-manekenschits.html>
5. <http://www.fashiontime.ru/news/4272.html>
6. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле / А. Васильев. – М.: Альпина нон-фикшн; Глагол, 2008. – 560с.
7. Мода и стиль. Современная энциклопедия Аванта+. – М.:2002. – 480с.
8. Каминская Н.М. История костюма: Учеб. Пособие для техникумов. – 2-е изд., перераб. – М.:1986. – 168 с.