

УДК 7.012:001.891

## АНАЛІЗ РОЛІ МОДЕЛЬЄРІВ ТА ДИЗАЙНЕРІВ У ФУНКЦІОНУВАННІ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Наталія ЧУПРИНА

У даній статті увага приділена соціальному процесу становлення ролі модельєра, а також визначенню того, як і що вони роблять і виробляють, як одержують популярність і підтримують свою репутацію. В роботі визначається, яке співвідношення таланту особистості та соціальної підтримки формує значення модельєра як символу модної індустрії. Визначені причини того, чому теорія моди відмовляється від ідеї художника-творця і розглядає модельєрів як учасників соціальних взаємовідносин у сфері моди.

**Ключові слова:** мода, модне співтовариство, модельєри та дизайнери, кутюрье, індустрія моди, ескізер моди, модний одяг, модні тенденції, висока мода, прет-а-порте

Всі суб'єкти модного співтовариства об'єднані загальними цінностями, які, проте, допомагають людям досягати своїх індивідуальних цілей. Кожен учасник переслідує власні цілі, яких неможливо досягти поза системою, виконує особливу роль в роботі всієї системи і одержує вигоду від своєї участі. Становлення модельєра - результат діяльності всіх учасників системи, а не тільки індивідуальний талант окремої людини. Можна розглядати модне співтовариство з точки зору визначення ролі людей, які входять до нього та чий колективні дії і створюють систему і правила життя співтовариства. Саме завдяки цій співпраці і виникає мода. Всі частини системи, кожна з яких наділена власними прихованими і явними функціями усередині даного інституту, є взаємозалежними. Але жодна з цих частин не є унікальною і незамінною в процесі створення моди. Те, що всі інститути і дизайнери були об'єднані системою в єдине ціле, і забезпечило Парижу статус столиці моди. У багатьох організаціях влада зосереджена в руках невеликого числа людей. Так, наприклад, представники правлячої еліти майже завжди мають загальну культуру і мобілізуються, формально і неформально, - спільно захищають свою позицію і використовують її з вигодою для себе і свого інституту. Відповідно, французькі дизайнери моди, користуючись перевагою, яку надає їм визнання Парижа, виконують роль авторитетів і виробляють загальноновизнаний стандарт естетики зовнішнього вигляду.

Успіх і популярність модельєра неможливо пояснити виключно його талантом і видатними творчими здібностями; щоб з'ясувати, яким чином він одержує офіційне визнання як дизайнер моди - творець, необхідно розуміти формальну структуру модного співтовариства. У сфері моди поняття творчого генія так само невловимо і розпливчато, як і в будь-якому іншому виді художньої діяльності, але традиційно і цілком правомірно вважається, що виготовлення модного одягу вимагає особливих умінь. Більшість професіоналів у області моди, що володіють правом проголошувати модельєра творцем, підкреслюють, що для отримання такого звання претендент повинен бути наділений такими якостями, як новаторство і природжений талант. Володіють модельєри природженим талантом чи ні, обдарованість сама по собі не забезпечує отримання ними високого статусу,

що визнається у всьому світі. У кожній людині живе потреба творити і в кожному дремають творчі задатки, але щоб діяння людини були визнані творчим актом, а результат його роботи - продуктом творчості, в дію повинні вступити особливі зовнішні сили. Взагалі, концепція творчого генія вимагає найретельнішого вивчення. Дослідження інституційних чинників в соціальному процесі становлення модельєра допоможе відшукати відповідь на непросте питання про природу творчості.

До числа помилкових відноситься широко поширена думка про те, що будь-який великий витвір мистецтва врешті-решт знаходить своє визнання, бо великі майстри - володарі видатного таланту - створюють витвори мистецтва, наділяючи їх універсальними естетичними якостями, які є частиною універсальних цінностей людської культури. Даний підхід не бере до уваги соціальні процеси і середовище, в якому знаходяться творці. Як приклад можна привести японських дизайнерів, які з 1970 року користуються в Парижі високою репутацією і без аналізу творчості яких будь-яка робота з історії французької моди була б неповною. Вони стали відомі і дістали можливість творити в Парижі не тільки завдяки своєму творчому генію. [5, с. 92-101] Якби талант цих дизайнерів знаходився в прямій залежності від їх успіху і престижу, то вони могли б залишатися в Японії: адже, якщо слідувати загальноновизнаній теорії, де б творці не знаходилися, вони все одно неминуче потрапили б в поле офіційних авторитетів миру моди. Париж - найбільший «символічний капітал» [2, с. 106-110], яким може володіти модельєр, особливо, якщо він не належить західній культурі, оскільки вважається, що мода - це первинно західне поняття. Модельєри, визнані французькою системою моди, одержують символічну перепустку в будь-яку країну світу і гарантію того, що більш ніхто не посміє засумніватися в їх репутації. Подібний шлях вибрали і молоді японські модельєри. Те, як вони використовують з вигодою для себе французьке модне співтовариство і як визнання у Франції впливає на їх статус в Японії, може послужити темою для окремого дослідження.

На підставі викладеного вище можна з легкістю розвінчати міф про модельєра як про геніального творця, що існує поза якими б то не було соціальними умовами. Як правило, в наукових дослідженнях моди інституційна структура, що оточує феномен моди, просто не бралася до уваги. Аналіз роботи дизайнерів, особливо представників японського авангарду моди, допоможе виявити критерії, якими користуються офіційні авторитети моди при оцінці діяльності модельєрів-новаторів. Вважається, що відомих дизайнерів спочатку відрізняє творчий підхід і якісь особливі здібності.

Проте, тільки ухвалення визнаними авторитетами модного співтовариства забезпечує модельєру статус людини творчої. Ключове значення в цьому процесі має тип організаційної структури системи на момент вступу до неї дизайнера. Як приклад можна навести Рей Кавакубо - представницю авангардних японських модельєрів, що застосовує унікальні

методи для втілення своїх абстрактних концепцій в тканинах. Матеріальні результати праці - не головний критерій в процесі виявлення творчого генія.

Система повинна називати модельєрів творцями, тому що без них вона втрачає сенс свого існування. При розгляді поняття «творчий геній» необхідно використовувати і поняття новизни, оскільки це дві сторони однієї медалі. Те, що офіційні авторитети світу моди вже колись бачили, не вважається новим, а отже, не може характеризуватися як творче. Але тут виникає питання: новим для кого?

Мистецтвознавець Джанет Уолфф робить поняття творчості центральною темою своєї книги. Вона розглядає мистецтво, виходячи з традиційного поняття «художник/автор», чия творча незалежність зводиться до ряду соціальних, економічних та ідеологічних координат. Аналітична система, розроблена Уолфф, використовується в даному дослідженні для вивчення зв'язку між структурою і творчістю, які, як здається на перший погляд, протистоять одне одному, але насправді є взаємозалежними. На думку дослідника, творчість не дається зверху і не є універсальним поняттям: це продукт соціальної системи. Те, що модельєри засвоїли в процесі усвідомлення соціуму, вони виражають за допомогою тканин, які потім матеріалізуються в одяг. Проте, все це не має жодного відношення до визначення ступеня творчих умінь модельєра, тому що тільки система може зробити його творцем. [12, с. 126-134]

Поняття про художника як про унікального і геніального індивідуума довго домінувало в історії, а його поява відноситься до часу виникнення в Італії та Франції купецького класу і розповсюдження гуманістичних ідей у філософії та теософії. Часто вважається, що художник - це самотня фігура, що стоїть поза якими б то не було соціальними інститутами. Так само і модельєрів вважають обдарованими від природи. Дуже часто люди упевнені, що той або інший законодавець моди наділений рисами художника - художника одягу, - що він, як всі художники, талановитий від народження, адже відчуттю одягу не можна навчити: або людина обдарована цим, або ні. Теорія моди кидає виклик такому розумінню роботи модельєра.

Будучи частиною системи моди, дизайнер спочатку досягає «легально-раціонального» панування, а потім вимушений діяти відповідно до правил і норм цієї системи. Потім система моди забезпечує йому харизматичне панування - легендарний статус великого модельєра. Це зворотний варіант теорії панування Макса Вебера [11, с. 109-116], згідно якої харизматичне панування передує легально-раціональному. Аналогічно, панування системи породжується пануванням модельєрів. Харизматичне панування засноване на особистих якостях лідера: люди підкоряються йому, оскільки вірять в його екстраординарні здібності.

Таким чином, легітимність харизматичного правління покоїться на вірі в магічні сили, на одкровеннях і культі особи. Іншими словами, харизматичне панування не вимагає наукових або фактичних доказів надприродних проявів таланту; воно потребує тих елементів, які привернули б послідовників і дозволили зберегти харизму. Це веде до виникнення

ієрархічних відносин між тими, хто наділений винятковими здібностями, і тими, хто ними не володіє. Система стратифікації є слідством суперництва за положення в суспільстві. Харизматичне панування «великого» модельєра ратифікується і навіть породжується інститутами модного співтовариства.

Нерідко як даність приймається твердження про те, що істинний модельєр повинен досконало володіти технічними прийомами шиття одягу і володіти такими якостями:

- природженим відчуттям кольору, гармонії;
- умінням організовувати частини єдине ціле, комбінувати різні і схожі матеріали;
- відчуттям ритму.

Проте, якщо вивчити, якою мірою модельєри безпосередньо беруть участь в процесі дизайну і виробництва одягу, стає ясно, що ступінь їх участі може бути дуже різною залежно від політики компанії і переваг самого модельєра. Опис професії модельєра виявляється вельми розпливчатим, а значить, постає питання про те, наявність яких саме творчих здібностей необхідна дизайнеру.

Модельєри займаються тим, що моделюють одяг. Чи значить це, що вони тільки роблять ескізи і малюють? Якщо так, то в чому різниця між модельєром і ескізером? Один з найбільших дизайнерів та кутюрье ХХ століття Поль Пуаре замовляв ескізи своїх моделей ескізеру. У чому ж тоді полягала робота самого Пуаре? Він утілював свої ідеї в тканині, а це значить, що він володів необхідними навичками і знав все про конструювання одягу. Але чи відноситься такий опис професії до всіх модельєрів? Відомо, що ні Рей Кавакубо [8, с. 58-64], ні Коко Шанель [9, с. 72-104] не мали ніякої професійної освіти, але в той же час вони обидві належать до числа найбільших модельєрів в історії моди. Висновок напрашується сам собою: єдиного формального визначення поняття навичок модельєра не існує. Тоді як же оцінюється його робота? Виходячи з яких принципів? Лаконічне формулювання цього питання пропонує Вера Зольберг: «У центрі всієї полеміки про природу мистецтва - як в самому світі мистецтва, так і в надзвичайно складній області, соціології, що є дотичною до мистецтва, - лежить проблема творця, особи, або образу художника. Чи має значення, хто створює твір? Як людина, що створює що-небудь, стає художником? Чи працює художник сам по собі або є частиною якогось співтовариства?». [13, с. 241]

Раніше кравців-модельєрів оцінювали по тому, як і які фасони вони створювали. Мадлен Віонне, віддана в 11 років в учнівство до кравчині, багато працювала, поступово завойовуючи собі репутацію, і в 1912 році відкрила свій власний будинок моди. [7, с. 118-126] Саме вона винайшла крій по косій - метод розкрою тканини по косій лінії. Алікс Гре, відома як Мадам Гре, винайшла складну техніку плісировки, яку практично нікому, окрім неї, не вдалося відтворити. У сьогоденній моді в центрі уваги знаходиться не одяг або процес його виробництва, а модельєр, який може створювати або відтворювати для споживачів шикарні, привабливі образи. Наприклад, Іссей

Міяке - японський дизайнер, що влаштувався в Парижі і відомий застосуванням нових та інноваційних тканин, - працює разом з креативним дизайнером по текстилю Макіко Мінагава, який утілює в матеріалі абстрактні концепції Міяке.

За іронією долі ті модельєри, які майстерно оволоділи технологіями пошиття чоловічого і жіночого одягу, не досягли успіху в бізнесі і розорилися, оскільки в індустрії моди акценти поступово змістилися у бік створення іміджу. Так, не дивлячись на те, що Шанель погано розумілася на виробництві одягу, її ім'я звучить по всьому світу і понині, а згадки про Віонне і Мадам Гре залишилися лише на сторінках історії моди і практично невідомі на сучасному ринку модного одягу. Сьогодні зоряний статус модельєра виявляється важливішим за ті практичні уміння, якими він володіє.

Телебачення, радіо, газети, журнали і кіно часто шанують як силу, що офіційно визнає зміни в моді, та навіть створює моду, оскільки вони дуже інтенсивно і вибірково висвітлюють одні модні тенденції чи ігнорують інші. Їх основна роль в сучасній системі моди полягає в стимулюванні змін в моді: вони займаються демонстрацією тих нових модних моделей, які носять окремі індивідууми або цілі групи, що мають статус законодавців мод.

Найбільш жорстка ієрархія модельєрів існує у французькому модному співтоваристві. Модельєри діляться на класи:

- кутюр'є, що створюють високу моду;
- модельєрів, що займаються створенням прет-а-порте;
- корпоративних модельєрів, які працюють в компаніях, зайнятих в масовому виробництві одягу.

Таке розділення з'явилося з початком інституціоналізації моди. Символічна межа відокремлює модельєрів, що належать французькій системі моди, від тих, хто знаходиться поза нею. Члени французької системи моди займають домінуюче положення, при цьому кутюр'є стоять на верхній сходинці, а дизайнери розташовуються нижче. Саме ці дві групи модельєрів можуть стати головним предметом досліджень, бо вони є основними гравцями в даному бізнесі. Мода забезпечує безперебійне функціонування системи домінуючих і підлеглих позицій в рамках суспільного устрою. До того ж, вона ідеологічна, оскільки є частиною процесу, в ході якого певна соціальна група (в даному випадку, модельєри) встановлює, підтримує і відтворює позиції влади і відношення панування і підпорядкування. Позиції панування і підпорядкування виглядають природними і узаконеними не тільки для тих, хто домінує, але і для тих, хто займає підлегле положення. Мода і засіб виразу моди (одяг) сприяють тому, що нерівність соціального економічного статусу виглядає цілком легітимною, а отже, і прийнятною. Законна причина виключення тих модельєрів, які залишаються поза системою, полягає у тому, що їм бракує таланту і творчих здібностей.

На думку Антоніо Грамши, про існування гегемонії можна говорити за ситуації, коли певні соціальні групи або їх частини, що займають домінуюче положення, користуються своїм соціальним пануванням, тому що їх влада

справляє враження законної і відповідним чином сприймається суспільством. Він стверджує, що правлячий клас або група розпоряджаються не тільки власністю, але і, що ще важливо, засобами формування віри в реальність. Відповідно, французька гегемонія в моді вважається даністю і не береться під сумнів. Проте, професіонали у області моди та інститути, що входять в систему, цілеспрямовано докладають зусилля до збереження всієї структури і свого панування в ній. Гегемонія - вічна битва, яка вимагає постійних переговорів, примушує знову і знову вступати в бій і перемагати на незліченних полях битви. [4, с. 205-216] Модельєри, що знаходяться усередині системи, яка володіє структурою гегемонії, забезпечують собі привілейоване положення і статус, що дозволяють їм дистанціюватися від інших модельєрів, які, займаючись тією ж діяльністю і виконуючи ті ж завдання, не можуть похвалитися аналогічним соціальним або символічним капіталом. Межа, що розділяє ці різні групи модельєрів, розділяє і споживачів, одні з яких купують от-кутюр, а інші - одяг масового виробництва.

Інституціоналізація моди у Франції привела до розділення модельєрів на дві групи, точно так, як і розмежувала споживачів новітньої моди і тих, хто копіює стиль іншого класу. [6, с. 541-558], [10, с. 198-205] Відповідно, модельєри, що знаходяться усередині системи, яких можна назвати кутюрье, підтверджують свій статус, постійно беручи участь в регулярних показах мод, що виконують ритуальну функцію відтворення і посилення символічного значення моди, що багато в чому нагадує систему релігії, описану Дюркгеймом. [3, с. 204-241] Проте, це розділення має цілком демократичний, довільний і гнучкий характер, причому не тільки серед споживачів, але і серед модельєрів. Завдяки інституціоналізації мода, що колись була прерогативою еліти, стала демократичною та доступною широким масам. Інституційні інновації справили вплив на процес визнання нових модельєрів і нових стилів. Вони призвели до інституціоналізації елітного одягу як от-кутюр і прет-а-порте. Крім того, нещодавно з'явилася демі-кутюр - нова категорія, покликана привернути і включити молодих модельєрів в групу кутюрье.

Теорія моди не сприймає романтичного уявлення про модельєра як про генія, що підноситься над суспільством завдяки своєму великому обдаруванню. Теорія моди відмовляється від ідеї художника-творця і розглядає модельєрів як учасників соціальних взаємовідносин у сфері моди.

Не можна сприймати роль художника як єдиного творця твору. Це було б рівноцінним списанню з рахунків багатьох інших людей, зайнятих в процесі виробництва даного продукту, і багато соціально значущих процесів виявилися б непоміченими. Як пояснює Джанет Уолфф, «традиційна концепція художника-творця розглядає людину зовні його інституційних зв'язків, тоді як насправді становлення художника відбувається саме в результаті дії соціальних і культурних процесів». [12, с. 134] Схожим чином і Говард Беккер стверджує, що «художник-одинак стає командним гравцем, який працює спільно з багатьма іншими людьми». [1, с. 209] Згідно моделі

процесу художнього виробництва, запропонованої Беккером, різниця між актом створення і актом сприйняття художнього твору практично стирається.

Отже, прийняття модельєрів у члени інституалізованої системи моди - найважливіша доленосна подія їх життя; з моменту прийому в члени синдикату їх діяльність та їх моделі оцінюються як творчі витвори. Творчість - це свого роду результат процесу «маркування». Відповідно, людина не народжується творцем, але стає ним, тобто одержує статус творчої особи.

### Література

1. Becker H.S. *Art Worlds* / H. S. Becker. – Berkeley: University of California Press, 1982. – 305 p.
2. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* / P. Bourdieu; translated by R. Nice. - Cambridge: Harvard University Press, 1984. – 286 p.
3. Durkheim E. *The Elementary Forms of Religious Life* / E. Durkheim. – NY: Free Press, 1965 [1912]. – 274 p.
4. Gramsci A. *Antonio Gramsci: Further Selections from the Prison Notebooks* / A. Gramsci; translated by D. Bothman (ed.). – London: Laurence and Wishart, 1975. – 287 p.
5. Kawamura Y. *Fashionology: An Introduction to Fashion Studies* / Y. Kawamura. – NY: Berg, 2005. – 177 p.
6. Simmel G. *Fashion* / G.Simmel // *The American Journal of Sociology*. – 1957 [1904] – LXII, 6, May. – P. 541-558
7. Steele V. *Women in Fashion: Twentieth-Century Designers* / V. Steele. – NY: Rizzoli International Publications, 1991. – 253 p.
8. Sudjic D. *Rei Kawakubo and Comme des Garçons* / D. Sudjic. – NY: Rizzoli, 1990. – 126 p.
9. Tobin S. *The Foundations of Chanel Empire* / S. Tobin // *Chanel: The Couturiere at Work* / A. de la Haye, S. Tobin (eds). – Woodstock, NY: Overlock Press, 1994. – 274 p.
10. Veblen T. *Economic Theory of Women's Dress* / T. Veblen // *Popular Science Monthly*. – 1894. – 46. – P. 198-205
11. Weber M. *The Theory of Social and Economic Organization* / M. Weber. – Oxford: Oxford University Press, 1947. – 352 p.
12. Wolff J. *The Social Production of Art* / J. Wolff/ - NY: New York University Press, 1993. – 259 p.
13. Zolberg V. *Constructing a Sociology of the Arts* / V. Zolberg. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 317 p.