

Наталія Владиславівна Чупріна,

КРИТЕРІЇ ЗАРОДЖЕННЯ ІНДУСТРІЇ МОДНОГО ОДЯГУ В ЧАСИ «BELLE EPOQUE»

В ході дослідження вивчені критерії і чинники розвитку індустрії розкоші на межі XIX - XX століть. У роботі обґрунтовано, що тиражування модних зразків і предметів розкоші, а також створення нових культурних цінностей і естетичних переваг, сприяло регулярному оновленню тенденцій моди і модних стандартів у суспільстві досліджуваного періоду. У статті робиться висновок, що трансформацію індустрії розкоші початку XX століття можна вважати підставою формування критеріїв функціонування індустрії моди початку XXI століття.

***Ключові слова:** індустрія моди, модний одяг, продукт моди, Будинок моди, модні об'єкти, дизайн костюма, модні тенденції.*

***Чупріна Наталія Владиславівна.** “Критерии зарождения индустрии модной одежды во времена «Belle Epoque”.*

В ходе исследования изучены критерии и факторы развития индустрии роскоши на рубеже XIX – XX веков. В работе обосновано, что тиражирование модных образцов и предметов роскоши, а также создание новых культурных ценностей и эстетичных предпочтений, способствовало регулярному обновлению тенденций моды и модных стандартов в обществе исследуемого периода. В статье делается вывод, что трансформация индустрии роскоши начала XX века лежит в основании формирования критериев функционирования индустрии моды начала XXI века.

***Ключевые слова:** индустрия моды, модная одежда, продукт моды, Дом моды, модные объекты, дизайн костюма, модные тенденции.*

***Natalia Chouprina.** “Criteria of Fashion Clothes Industry in the “Belle Epoque” times.*

In the research criteria and factors of development of industry of luxury on a border XIX - XX ages are studied. It is grounded in work, that multiplying of fashion patterns and articles of luxury, as well as a creation of new cultural values and aesthetic preferences, promoted the regular update of fashion tendencies and fashionable standards in the society which is studied. The conclusion of the article shows, that transformation of industry of luxury of beginning XX century lies in foundation of forming of criteria of functioning of fashion industry in the beginning of XXI century.

***Key words:** fashion industry, fashionable clothes, fashion product, Fashion House, fashion objects, suit design, fashion trends.*

Постановка проблеми. В кінці XIX – на початку XX століть, як і декілька століть до того, центром світового мистецтва, розкоші та моди вважався Париж, який, до того ж, мав і вигідне торговельно-економічне розташування в центрі Європи. Так склалося історично, що протягом довгого часу саме тут, при найбільш розкішному королівському дворі Європи, збиралися найбільш вишукані й елегантні представники еліти суспільства; для їх обслуговування тут містилися наймайстерніші кравці і швачки, а французька

текстильна промисловість досягла свого розквіту саме завдяки високим естетичним запитам Паризького двору.

Актуальність дослідження тенденцій розвитку моди, що сформувалась на межі XIX – XX століть під впливом соціально-культурних та економічних змін, а також науково-технічного розвитку суспільства, спонукали до зародження індустрії модного одягу, яка на сьогодні є однією з найбільших сфер економіки світу. Відповідно, розуміння критеріїв формування та факторів становлення індустрії моди в минулому, є вагомим інструментом прогнозування векторів розвитку індустрії моди в майбутньому. Інтересу для сучасних досліджень розвитку моди та індустрії модного одягу надають причинно-наслідкові зв'язки, що призвели розповсюдження впливу індустрії моди в світі, а також критерії її трансформації відповідно до факторів становлення «суспільства масового споживання» у XX столітті.

В даній статті з науково-теоретичних позицій охарактеризовано критерії трансформації індустрії розкоші в костюмі та аксесуарах в індустрію модного одягу, що набула активного впливу на розвиток «суспільства масового споживання». В ході дослідження обґрунтовано, що формування витоків індустрії моди (в сучасному розумінні цього поняття) на межі XIX – XX століть сприяло не тільки створенню та виготовленню найбільш актуальних для свого часу модних зразків і продуктів, але і вплинуло на еволюцію естетичних ідеалів та художніх напрямів, культурна цінність яких незаперечна і в XXI столітті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У роботах багатьох аналітиків історії моди і модного одягу зокрема, приводиться характеристика подій і явищ суспільного устрою, які призвели до розвитку моди і формування індустрії модного одягу, в контексті суспільних перетворень на стику XIX і XX століть.

Принципи розвитку історичних та теоретичних передумов розвитку індустрії моди розглядаються в роботах Ф. Бодо [2], М. Аксьонової [7]; критерії та причини зміни тенденцій в моді певного періоду, в контексті широкого спектру соціальних і культурних перетворень в суспільстві, досліджені А. Лінч

і М. Д. Штрауссом [6], О. Лагодой; результати соціально-історичного аналізу розвитку костюма під впливом руху емансипації представлені в роботі М. Романовської [9]; історіографічний аналіз трансформативного формоутворення в костюмі ХХ століття досліджений З. Нагорною; точна характеристика модного образу та стилістичних рішень на межі ХІХ - ХХ століть наведена А. Латур [5], В. Стіл [10], Р. Захаржевською, О. Васильєвим, Е.Плаксіною та ін. [8], а також широко представлена в ілюстраційних матеріалах Інституту костюма Кіото [3]; динаміку змін формоутворення костюма на основі аналізу модних тенденцій певного періоду досліджено Є. Косаревою [4], К. Блекман [1], Дж. Нанн та ін.

Численні дослідження в області історії мистецтва та костюма обґрунтовують той факт, що «промислова революція кінця ХІХ століття призвела до асиміляції різних культур в свідомості звичайних людей, це, в свою чергу, стало процесом буденним – люди почали активно подорожувати і знайомитися з традиціями і культурою інших народів, переймаючи їх традиції культури і моди». [7, 209] Це поклало початок інтернаціоналізації моди і глобалізації ринку модних продуктів.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є вивчення критеріїв та чинників розвитку моди на одяг і предмети розкоші на межі ХІХ – ХХ століть, для визначення основних закономірностей становлення індустрії модного одягу і формування засобів їх адаптації до умов функціонування індустрії моди на межі ХХ – ХХІ століть.

Виклад основного матеріалу. Не дивно, що до кінця ХІХ століття саме в Парижі створення предметів розкоші, як в царині модного одягу, ювелірних виробів, так і в інтер'єрі чи предметах щоденного використання, мало широке розповсюдження і призначалося для демонстрації статусу своїх власників. Є всі підстави говорити про існування в цей період часу так званої індустрії розкоші, яка виробляла все - від текстилю і ювелірних прикрас, в тому числі і фурнітури, до модного одягу, аксесуарів, супутніх товарів і послуг, включаючи косметику і парфумерію. Саме в цей період часу мода і модні тенденції відчували на собі

неподільний вплив розкоші, особливо у сфері ювелірних виробів – стали відкриватися перші відомі Будинки моди (правда, саме в ювелірному сегменті індустрії розкоші) - *Chaumet, Faberge*, чия «бездоганна репутація відома і через століття. Над їх створенням працювали багато маститих, досвідчених майстрів, що передавали учням і асистентам свої знання, навички, уміння, а разом з ними й естетичні пристрасті або секрети досягнутих успіхів (як технологічні, так і маркетингові)». [1, 126]

Період 1870 – 1914 років, який у Франції часто називають «періодом між двома війнами» (Франко-пруською, 1870-1871, і Першою світовою війною, 1914 – 1918) став для розвитку мистецтва і культури Європи періодом розквіту, так званим «золотим століттям». Фактична поразка Франції у франко-пруській війні і падіння традицій, що настало за нею (в тому числі й у сфері індустрії розкоші французького двору), призвели до суттєвих змін в соціальному ладі суспільства. Крім того, на діячів мистецтва і законодавців моди у Франції, на відміну від решти європейських монархій, не розповсюджувалися законодавчі заборони і обмеження на надмірні витрати на розкіш, що в свою чергу, сприяло творчим пошукам і експериментам французьких творців мистецтва та моди.

Це був мирний час, час технічного прогресу й економічного процвітання всього буржуазного суспільства, і відповідно час, коли індустрія розкоші мала особливо сильний вплив на тогочасне мистецтво і культуру. Недаремно багато мистецтвознавців називають цей час «*Belle Epoque*» (прекрасна епоха), в ході якої сформувався останній визначний стиль в мистецтві й культурі – «модерн».

Як культурний центр Європи, на межі століть Париж не приймав всі ті прояви культури і моди, які приходили ззовні. Але паризькі творці нових культурних норм і традицій (особливо у сфері костюма і моди) їх сприймали, адаптували і виносили на суд громадськості під егідою Паризької Високої моди. «Париж володів дивовижною властивістю перетворювати на чіткі концепції такі ефемерні поняття, як віяння часу, відчуття витонченого, тонкий смак». [2, 32]

Всесвітні виставки, що стали в той період часу традиційними (проводилися в 1878, 1889, а також в 1900 роках), які з великим інтересом

громадськості проходили в столичних містах Європи, безумовно сприяли взаємопроникненню характерних рис культури різних країн і, природно, відобразилися на тенденціях індустрії розкоші, яка, під впливом соціально-економічних тенденцій розвитку суспільства, ставала все менш розкішною (з позицій аналізу витрат на виробництво і споживання модних товарів і послуг). Саме в цей час значно посилилася конкуренція не тільки серед виробників, але і серед торговців предметами розкоші - особливої популярності набули такі крупні універмаги, які, на думку дослідника Ф.Бодо, сформували сучасне розуміння універсальних магазинів модного одягу як мультибрендових торгових точок: «*Au Bon Marche, Le Printemps, Bonheur des Dame...*». [2, 33]

З іншого боку, в період 1870 – 1900 років, за часів творчої активності Ч.Ф. Ворта, засновника сучасної «високої моди», і Ж. Дусе, останнього впливового модельєра XIX століття, жіночий костюм не піддавався яким-небудь революційним змінам. Щосезону змінювалося лише оздоблення туалетів. Мода цього періоду відрізнялася надмірною декоративністю, зайвою кількістю деталей та елементів, малюнком і фактурою тканин і матеріалів. Силует жіночого костюма, що склався до початку XIX століття, залишався незмінним аж до Першої світової війни, а стиль «модерн» лише збагатив його додатковою пластикою матеріалів і декоративністю обробки. Основою модної варіативності дамського плаття залишалася різноманітність тканин, колірних і декоративних обробок, а також пластична організація форми костюму. Відомо, що тенденції моди повинні регулярно оновлюватися, щоб підігрівати комерційний інтерес споживачів, проте на початку XX століття, за часів стилю «модерн» в моді, зміни в жіночому костюмі виявилися настільки незначними, що були непомітними для багатьох споживачів.

На відміну від попередніх тенденцій моди, що панували більше чотирьох сторіч, мода кінця XIX – початку XX століть вимагала схожості жіночої фігури з пісочним годинником, що практично зобов'язувало до носіння корсета, який допомагав досягати необхідного результату. І лише на початку XX століття П. Пуаре революційним рішенням форми структури жіночого костюма змінив цей

стан речей - спадаюча пластичними фалдами спідниця, яка не доходила до підлоги, завищена лінія талії як реалізація модних тенденцій початку ХХ століття, дозволили жінці звільнитися від корсета, носіння якого згодом було осуджено і медиками. У лексиконі і стилі життя багатьох представників еліти суспільства з'явилося поняття «спорт», а в дизайні костюма - поняття спортивний одяг, або одяг для спорту. [1], [7]

У 1904 році заснував власний Будинок модельєр П. Пуаре, який проголосив і втілював на своєму прикладі думку про те, що модельєр повинен не тільки створювати естетично досконалі наряди, але і «випускати різну супутню продукцію, підпорядкувавши цю діяльність єдиному творчому і кон'юнктурному задуму творця». [9, 79] Як виявилось, ця ідеальна концепція лежить в основі діяльності всіх Будинків моди і дизайнерських брендів початку ХХІ століття.

За свідченнями багатьох мистецтвознавців і істориків моди, за часів «Belle Epoque», «кращими закрійниками в світовій практиці виробництва модного одягу вважалися англійські закрійники і кравці». [5, 218] Основою їх успіху вважають гармонійне поєднання англійської вишуканості і французької розкоші, а також запозичення елементів чоловічого гардероба в моделях жіночого костюма. Приблизно в той же час в Лондоні стали відкриватися представництва французьких Домів моди *Poiret* і *Raquin*, а пізніше і *Chanel*, що одержали неабияку популярність. [10]

Перший Будинок моди, заснований і керований жінкою, носив її ж ім'я – *Raquin* (Ж. Пакен). Він був заснований в 1891 році, на початку становлення індустрії модного одягу, але був добре організованою структурою, яка припускала не тільки вишукану дизайнерську діяльність, але і широку рекламно-комунікаційну, без якої в наші дні неможливо представити успішне функціонування індустрії моди. Напрями цієї діяльності охоплювали і рекламу, і тісні взаємовигідні контакти з іноземними партнерами, у тому числі і текстильними або ювелірними фірмами і компаніями. Крім того, для створення модного одягу господиня Будинку моди іноді залучала до співпраці видатних художників і

архітекторів свого часу – Л.Бакста і П.Ірібе, Р.Малле-Стівенса і Л.Су. Така далекоглядна і різнопланова PR-діяльність привела до того, що Модний будинок *Raquin* мав широкий комерційний успіх і проіснував аж до середини 1950-х років.

В період зародження індустрії модного одягу, за часів «Belle Epoque», природно, з'явилося багато талановитих модельєрів і Модних будинків, які зробили свій внесок у розвиток моди і формування модної індустрії, проте їх спадщина не справила радикального впливу на подальший розвиток моди і модного одягу. Основними видами роботи з клієнтами були або пропозиція їм готового наряду з колекції Будинку моди або виготовлення наряду на замовлення, з урахуванням побажань замовника. Таким чином, винахід швейної машини не сприяв стрімкому розвитку швейної промисловості на етапі зародження індустрії моди. У діяльності цих, як і багатьох інших Будинків моди того часу, не спостерігалось особливих відмінностей між індивідуальним виготовленням і масовим виробництвом одягу. [3], [7]

З іншого боку, слід зазначити, що кожний з цих напрямів діяльності мав свої переваги:

- індивідуальне пошиття припускало творчий підхід, що забезпечував унікальність моделі; розкіш тканини, декору і форми, які задовольняли найбільш вимогливих клієнтів; точність і майстерність виконання;
- виготовлення готового плаття відрізнялося динамічністю виробництва, великим обсягами модного одягу, що дозволяли забезпечити ним широкі верстви населення, конкурентоспроможність через зниження собівартості - все це демонструвало велику вигоду для виробників масового одягу.

У 1910 році Будинки моди, які мали найбільш високий статус серед клієнтів, прагнучи зберегти свій престиж у сфері ручного одиничного виготовлення унікальних нарядів на замовлення, проголосили свою незалежність від швейного ремесла і механізованого тиражування одягу. Завдяки цьому моделювання одягу сформувалося як повноцінна професія, а статус модельєра, або кутюрье, почав підпорядковуватися єдиним високим професійним критеріям (остаточно вони оформилися в 1943 році).

Крім цього, стилістика моди періоду «Belle Epoque» сприяла активному розвитку ще одного напрямку діяльності в індустрії моди – розробці та проектуванню головних уборів як самодостатнього модного продукту, в якому відображались актуальні тенденції моди та реалізовувались соціально-статусні вимоги та норми суспільства. «Якщо наприкінці ХІХ століття капелюшок, як обов'язковий елемент наряду модниць, був мініатюрним аксесуаром до костюма, то до 1910 року це вже був крупний, часто домінуючий, композиційний центр будь-якого наряду, прикрашений у дусі стилю «модерн» стрічками, пір'ям, кольорами та ін.» [5, 341] Гіпертрофовані розміри головних уборів, як правило, вимагали додаткових систем кріплення на голові у вигляді шпилі, шпильок і затисків. У свою чергу, їх виготовлення дало новий імпульс розвитку ювелірної галузі індустрії моди і розкоші, що також активно розвивається в ті часи. [6]

Багато модельєрів і кутюрье самі розробляли моделі головних уборів до своїх костюмів-образів. Так, зокрема, П.Пуаре є автором східного тюрбана, що став класикою в світі Високої моди, або маленьких капелюшків з фетру і тюля. Також розширювали сфери діяльності своїх Будинків моди і, відповідно, свого впливу в індустрії моди, такі модельєри як К.Ребу, Ж.Льюїс, П.Легру.

Необхідно відзначити, що і зворотний процес мав місце - так, найбільш відомим і яскравим прикладом цьому служить модистка Коко Шанель, що створила в 1910-х роках свої перші зразки модного одягу, а згодом відкрила широко відомий Будинок моди *Chanel*, один з найбільш успішних і впливових в індустрії моди початку ХХІ століття.

Ще одним, незалежним і, разом з тим, взаємопов'язаним з роботою Будинків моди, аспектом становлення індустрії модного одягу вважається активна комплексна діяльність преси як всеосяжного засобу масового інформування широких верств споживачів щодо модних продуктів. Зокрема, це стосується діяльності журналів мод, які на початку ХХ століття одержали новий поштовх до розвитку. Винахід фотографії і розвиток фотографічного мистецтва значно удосконалив інформування широкої громадськості про

новинки моди і розповсюдження модних тенденцій. «Першими фотомоделями і манекенницями для цих видань були постійні клієнтки тих або інших Будинків високої моди – актриси, визнані красуні, пані вищого суспільства, світські леви та левиці». [8, 163] Крім того, саме завдяки співпраці з такими модними виданнями відомі художники і графіки того часу – Ж.Лелап, П.Іріб, Л.Бакст та ін. – виводять на арену індустрії моди професію ескізера або ілюстратора моди, втілюючи на сторінках журналів актуальні модні образи свого часу. Одним з найбільш впливових модних видань тих років вважається *Gazette du Bon Ton*, яке було засноване в 1912 році Л.Фогелем і проіснувало до 1925 року в Парижі. [1], [5]

Незалежність від створення жіночого плаття одержала на початку ХХ століття і така сфера діяльності індустрії моди як нижня білизна. Якщо раніше цей аспект жіночої моди не викликав активного інтересу навіть самих жінок, то за часів «Belle Epoque», епохи розвитку індустрії розкоші, створення та виробництво жіночої білизни стало не просто актуальним (якість і кількість предметів білизни відповідала соціальному статусу та економічним можливостям клієнтки), також розширився асортиментний ряд предметів жіночої білизни, і природно, за рахунок асортименту чоловічого гардероба. Так, широке розповсюдження одержали панталони і кальсони, які не тільки благотворно впливали на жіноче здоров'я, але і ненав'язливо натякали на розповсюдження принципів соціальної рівності статей в суспільстві початку ХХ століття. [9]

Як відомо, кожне потрясіння в будь-якій сфері життя суспільства спричиняє за собою незворотні зміни. Перша світова війна (1914-1918) неминуче спричинила за собою зміни не тільки в промисловості або технологіях, вона вплинула на зміну відношення рядових споживачів до способу життя взагалі і до моди зокрема. Багато жінок, у тому числі і пані вищого суспільства, одвічні споживачі розкоші і високої моди, намагалися брати участь в соціальному житті своєї країни, будь то роль сестри милосердя або механіка на військовому заводі. Природно, їх нові соціальні ролі вимагали і

нових функціональних, практичних форм одягу. Таким чином, в жіночому одязі з'явилися халати санітарок і комбінезони робітників, куртки і чоботи фермерів і будівників і т.д. Практичність одягу сприяла істотному скороченню довжини спідниць, впровадженню темних спокійних кольорів в рішення щоденної моди, на чому раніше не наголошувалося. І це тільки два приклади перетворень жіночої моди другої половини другого десятиліття ХХ століття. [3], [10]

У зв'язку з цим французькі Будинки високої моди, створюючи всі ті ж образи вишуканої розкоші в жіночому костюмі, переорієнтовувалися на інші категорії постійних клієнток, зокрема на кіноактрис, спадкоємиць багатих промисловців і нуворишів, що різко розбагатіли на потребах війни. У 1920 – 1930 роках Париж і його Будинки високої моди як і раніше відповідали званню законодавців в світі моди.

Висновки і перспективи подальших розвідок.

Узагальнюючи викладене вище необхідно наголосити, що економічне процвітання і певна демократизація суспільства на межі ХІХ – ХХ століть, а також технічний прогрес, сприяли перетворенню в загальнодоступні тих модних об'єктів, які раніше були доступні тільки еліті – торгівля предметами розкоші стрімко росла.

Крім того, як видно з матеріалів статті, стає відчутнішим вплив моди середніх і нижчих верств суспільства на тенденції розвитку індустрії моди, так звана «вулична мода» реалізується в моделях строгого, добротного, багатофункціонального одягу. Подібні прояви функціональності поступово привчали пані і панянок вищого суспільства, звиклих до демонстративної розкішності своїх нарядів до тієї тенденції, що одяг може бути практичним і повинен відповідати своєму призначенню, а не статусу її носія.

На основі проведеного аналізу можна визначити, що на межі ХІХ – ХХ століть створення і виготовлення модного одягу розділяється на два практично самодостатніх напрями діяльності, з чітко визначеними функціями - задоволення інтересів вибраних клієнтів (індивідуальне пошиття) і обслуговування широких верств споживачів (виробництво готового плаття).

За результатами здійсненого в статті аналізу, необхідно зазначити, що нові життєві функції або зміни в образі життя багатьох жінок сприяли появі нових тенденцій в одязі, які, як виявилось через багато років, назавжди змінили ставлення до моди і модного одягу споживачів різних класів. Саме в цей період, під впливом нових форм та видів одягу, формується і новий тип краси сучасної жінки, що звільнилася від забобонів суспільства та змінила соціальну роль у всіх сферах життя.

Беручи за основу результати проведеного дослідження, доцільно окреслити коло питань, які потребують подальшого вивчення, в контексті їх значення для розвитку індустрії моди. Зокрема, серед напрямів дослідження необхідно виділити такі, як: хронологія розвитку модного одягу кінця ХІХ – початку ХХІ століть; основні передумови становлення моди як індустрії; історичний екскурс становлення «суспільства масового споживання» у сфері виробництв та споживання модного одягу; «висока мода» як прототип індустрії модного одягу та ін.

Література

1. Блэкмен К. 100 лет моды / К. Блэкмен. – М.: КоЛибри, 2013. – 400с.: ил.
2. Бодо Ф. Шик и шарм / Ф.Бодо; пер. с фр. Е.Д. Богатыренко. – М.: Слово/Slovo, 2006. – 400 с.: ил.
3. История моды с XVII по XX столетие. Коллекция Института костюма Киото / под ред. А. Фукай. – М.: АРТ-РОДНИК (издание на русском языке), 2003. – 735 с.: ил.
4. Косарева Е.А. Мода. XX век. Развитие модных форм костюма / Е.А. Косарева. – СПб.: Издательство «Петербургский институт печати», 2006. – 468 с.: ил.
5. Латур А. Волшебники парижской моды / А. Латур. – М.: Этерна, 2012. – 424с.: ил.
6. Линч А. Изменения в моде: причины и следствия / А. Линч, М.Д. Штраус. – Минск: Гревцов Паблицер, 2009. – 280 с.

7. Мода и стиль / ред. коллегия: М.Аксенова, Т. Евсеева, А. Чернова и др. – М.: Мир энциклопедий Аванта+, 2007. – 480 с.: ил.
8. Плаксина Э.Б. История костюма. Стили и направления / Э.Б. Плаксина, Л.А. Михайловская, В.П. Попов. – М.: Изд. Центр «Академия», 2004. – 224с.: ил.
9. Романовская М.Б. История костюма и гендерные сюжеты моды / М.Б. Романовская. – СПб.: Алетейя, 2010. – 442 с.: ил.
10. Steel V. Fashion and Eroticism: Ideals of Feminine Beauty from the Victorian Era to the Jazz Age / V. Steel. – New York and Oxford: Oxford Univesity Press, 1985. – 328 p.