

ИСКУССТВО. ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Образец ссылки на эту статью: Андросова Э.М., Самсонова В.В. Коллекция на основе модного течения гламура 1990-х: творческое решение и обоснование проекта // Бизнес и дизайн ревю. 2022. № 3 (27). С. 103-116.

УДК 7.05

КОЛЛЕКЦИЯ НА ОСНОВЕ МОДНОГО ТЕЧЕНИЯ ГЛАМУРА 1990-Х: ТВОРЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА

Андросова Элина Михайловна

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), кандидат культурологии, доцент, androsova-bd@yandex.ru

Самсонова Вера Валерьевна

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), декан Факультета дизайна и моды, verasamsonova@mail.ru, +7-903-182-18-95

Аннотация. Статья выполнена в рамках научно-исследовательской работы, осуществляемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» в 2022 г. В статье показано обоснование принятого решения и раскрыта концепция создания творческой коллекции одежды, создаваемой на основе модного течения гламура 1990-х. Авторы видят в гламуре важный источник новых оригинальных идей в развитии дизайнерских приемов и средств. Отмечаются такие его черты, как женственность и яркость образа, позволяющие максимально привлечь внимание окружающих к внешности человека. Приводятся условия, при которых можно претендовать на гламурность и доказывается, что гламур может стать источником вдохновения при создании современных коллекций. Практическое воплощение создаваемого в рамках научно-исследовательской работы проекта – коллекция женской одежды из пяти моделей.

Ключевые слова: дизайн одежды; гламур; коллекция одежды; пин-ап; метросексуализм.

A COLLECTION BASED ON THE 1990s GLAMOR FASHION: CREATIVE SOLUTION AND PROJECT RATIONALE

Androsova Elina Mikhaylovna

Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow, Protopopovsky Lane of 9), Candidate of Cultural Studies, Associate Professor, androsova-bd@yandex.ru

Samsonova Vera Valerevna

Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow, Protopopovsky Lane of 9), Dean of the faculty of design and fashion, verasamsonova@mail.ru, +7-903-182-18-95

Abstract. The article was carried out as part of the research work carried out at the ANO VO "Institute of Business and Design" in 2022. The article shows the rationale for the decision made and reveals the concept of creating a creative collection of clothes created on the basis of the glamor fashion trend of the 1990s. The authors see glamor as an important source of new original ideas in the development of design techniques and tools. Its features are noted, such as femininity and brightness of the image, which make it possible to draw the attention of others to the appearance of a person as much as possible. The conditions under which one can claim glamor are given and it is proved that glamor can become a source of inspiration when creating modern collections. The practical implementation of the project created as part of the research work is a collection of women's clothing from five models.

Key words: clothing design; glamour; clothing collection; pin-up; metrosexualism.

Введение

Прежде чем дизайнер начинает создавать коллекцию, он проводит глубокий анализ. Начиная работу над новой коллекцией, дизайнер в первую очередь определяет, какой будет ее основная концепция. Когда концепция определена, можно быть уверенным, что будет и коллекция. Кутюрье мыслят масштабно категориями модных показов и коллекций. Создавая вещи, они одновременно мыслят об индивидуальности вещей, и том, чтобы они стали массовыми и нашли признание модниц.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что с начала 1990-х прошло 30 лет, но это не помешало возродить их культовые образы, доказав, что данное десятилетие произвело революцию в индустрии моды. Начатый в эпоху барокко и преобразовавшийся в XXI столетии, стиль гламур и сейчас достаточно актуален среди потребителей. Поэтому неслучайно, что данный стиль все чаще становится предметом исследований в современной научной периодике [1, с. 63-67; 2, с. 405-413; 3, с. 189-192; 4, с. 262-268; 5, с. 183-184; 6, с. 82-84 и др.]. В этом особый интерес для нас представляют работы, в которых гламур рассматривается в связи с развитием моды [7, с. 116-122; 8, с. 243-258].

Цель исследования: показать процесс выработки творческого решения и формирования концепции создания коллекции из пяти моделей под влиянием модного течения гламура 1990-х.

Методы исследования

В процессе работы применялись такие методы, как сравнительный анализ, классификация, фотофиксация, зарисовки, наблюдение, ретроспективный анализ, графоаналитические методы, проектный эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение

В современном мире через костюм выражается представление об идеальном образе каждого конкретного человека и общества в целом. Посредством костюма человек создает этот образ и стиль, которые соответствуют его новым запросам, он улучшает свою внешность, стремясь к идеалу, признанному в данном обществе, или создает совершенно новый облик, в котором угадываются черты зарождающегося общества новейшего идеала. Оригинальный костюм — это проявление индивидуализма, противопоставление ее тоталитаризму, диктующему унификацию, в которой нет места для свободы личности [9, с. 108-115].

Главной целью дизайнера костюма на современном этапе является создание образной, стильной одежды, делающей человека счастливым носителем и обладателем таковой. Эта одежда должна улучшать облик человека, подчеркивая и выявляя все достоинства носителя, одновременно с этим вуалируя недостатки внешности. В этом эстетическая функция современной одежды. Мода, несомненно, должна отражать жизнь женщины. Время — суть вещей. И одежда — одно из её проявлений. Функциональность тоже имеет свою ценность, одно невозможно без другого. Высокое качество одежды — залог её функциональности и значимости. Такова вкратце концепция дизайнеров, стремящихся к созданию функциональной, практичной и одновременно красивой одежды.

Одним из модных и популярных современных направлений моды является гламурный стиль. Он характеризуется женственностью и яркостью образа, его цель — максимальное привлечение внимания окружающих к внешности человека. Само слово переводится с английского, как «блеск», «обаяние», «очарование», «роскошь». Многогранное понятие *glamour* не появилось сразу, а является собирательным термином, что формировалось не одно столетие. Гламурная одежда для девушек неразрывно связана с определенным и ярким образом жизни в обществе.

Понятие гламур сегодня часто путают с термином глянец, где во втором случае это полностью копирование образов со страниц гляцевых изданий или модного фото в Инстаграм. Одежда гламур всегда выступала некой индивидуальностью и непохожестью стиля. Девушки в стиле гламур сами задают моду своими яркими образами, который потом подхватывается или копируется остальными девушками.

Гламур — это впечатление притяжения или очарования, которое создает особенно роскошный или элегантный внешний вид, впечатление, которое усиливает реальность. Мода 1990-х — это функциональность.

Сегодня 1990-е снова возвращаются. Склонность моды превратила это десятилетие в один из актуальных источников вдохновения. Может быть, это потому, что в стиле 1990-х было что-то веселое и легкое. Или, может быть, потому что каждый нашел что-то для себя: прозрачные ткани и слишком много

атласа, майки, шорты-карго, крошечные солнцезащитные очки и двойной деним. Сейчас простота звучит очень привлекательно.

Одно из основных требований к данной коллекции - универсальность, возможность сочетать с другими вещами, придавая образу лаконичность и яркость, а также возможность использования различных аксессуаров: украшений, шарфов и т.п., видоизменяя, таким образом, внешний вид изделия. Кроме того, одежда должна выделяться из основной массы.

Сегодня мир моды переживает возрождение эпохи 1990-х. Бесчисленное множество стилей и направлений популярных двадцать лет назад, вновь становятся модными трендами. Выдающиеся дизайнеры, известные бренды и знаменитости трансформируют классику 1990-х в ультрасовременный стиль.

Источником вдохновения в создании коллекции для автора стал анализ гламурного стиля 90-х годов XX века интерпретированная через творчество Мартина Маржелы. Проектируемая коллекция построена на актуальности выбранной темы.

На основании всего вышеизложенного можно составить идею проекта: создать универсальную коллекцию удобной одежды, вдохновленную источником личности Мартина Маржелы и опираясь на современные тенденции и влияние гламурного стиля на моду.

Источником вдохновения для авторов стал анализ гламурного стиля 90-х годов XX в. Деконструктивизм является одним из главных направлений творчества Мартина Маржелы (рисунок 1). Пришивать рукава, воротники и карманы не на привычные места, выворачивать наружу швы, оставлять необработанными кромки, сохранять эффект полуготовности одежды, как будто бы ее только что сняли с портновского манекена в ателье, то есть реконтекстуализировать традиционную кройку и шитье — начинают японцы еще в ранние 1980-е, и прежде всего Рей Кавакуб и Едзи Ямамото. Именно у них гламурная гладкость замещается уникальностью взгляда, и мода вместо конвенциональной «красоты» начинает выражать важные гуманистические смыслы. Целью становится пробудить чувства и заставить одежду работать как поэтический текст, снимая инерцию восприятия. И максимально далеко отойти от мейнстрима.

Термин «гламур» не такой уже и новый. Само значение слова «гламур» переносит нас на несколько веков назад в Европу. Появилось слово путем слияния двух других слов – обучение и колдовство. Слово «гламур» пришло в английский от шотландцев, английского языка, на котором говорят в Шотландии. В начале 1700-х годов шотландцы изменили грамматику английского языка, чтобы создать «glamer» или «glamour», что означало «волшебное заклинание». Так в прошлых веках в Англии и Шотландии обозначали колдовскую деятельность и волшебные чары.

Не только шотландцы связали грамматику с магическими заклинаниями. В классической античности греческие и латинские предки грамматики английского слова использовались в отношении не только изучения языка, но и изучения литературы. В средневековый период латинская грамматика и ее

результаты на других языках были расширены, чтобы включить обучение в целом. Поскольку почти все обучение проводилось на языке, на котором не говорили и не понимали необразованное население Европы, обычно считалось, что такие предметы, как магия и астрология, были включены в грамматику. Поэтому к ученым иногда относились с трепетом и более чем небольшим подозрением (одним из этих ученых был легендарный Фауст, некромант и или астролог, который продал свою душу дьяволу в обмен на знания и силу).

Лишь в середине 1800-х годов слово гламур начало отделяться от своих магических коннотаций, хотя эти коннотации не исчезли и не исчезнут полностью. Гламур в его современном понимании - «возбуждающая и часто иллюзорная и романтическая привлекательность» и «манящая или завораживающая влечение» - все же имеет немного волшебства, хотя обычно не столь подозрительного.

История гламура началась с основоположника гламурного течения, короля Франции Людовика XIV (рисунок 2). Он отличался большой любовью к развлечениям, ярким балам и маскарадам. Во время его правления в XVII в., «Король-Солнце» преобразил моду и Париж стал его центром, а своих придворных передел в наряды, богато декорированные золотом, шелком и атласом (рисунок 3). Отличалась и конструкция наряда во время его правления. Она имела более многослойные формы, а линии стали плавными и струящимися.

Затем последовал Голливудский гламур, хотя самого такого понятия еще не существовало (рисунок 4). Начало XX в. обозначилось расцветом кинематографа и развитием массовых коммуникаций. На модную арену выходят актрисы, которые задают моду и диктуют свои правила красоты. Появляется гламурная одежда и зарождается некий *glamour* образ неприступной красавицы в длинном блестящем платье из шелка, с оголенной спиной и с меховой накидкой.

В Америке в 1940-х годах зарождается направление Pin-Up. (рисунок 5). Течение представляло собой серию картинок с нарисованными кукольными девушками. Такие нарисованные картинки солдаты хранили у себя или вешали над кроватью. Это были придуманные, нарисованные образы женщин, которых не существовало. Но они мигом стали популярные и женщины стали подражать им. Так пошла мода на кукольную внешность, что позже примкнула к понятию гламурного стиля.

С появлением журналов и развитием кинематографа в 50-е годы стали пропагандировать гламур не только в одежде, но и показывать весь гламурный образ жизни. Он был настоящей недостижимой целью, но к которой все стремились. Девушки стригли и завивали волосы как героини кино, шили такие же наряды, вели себя подобающе киноактрисам в обществе. В это время появляется икона стиля Мэрилин Монро (рисунок 6). А термин «гламур» входит в массовый обиход, который порождает споры по поводу бесполезности и бесцельности гламурного образа жизни [10, с. 15].

В 1970-е годы появляются новые стандарты красоты, которые были навеяны уже модным глянцем. Пышные женственные формы уходят в прошлое и популярным является бесполоая красота, а главными иконами стиля становятся Твигги и Дэвид Боуи (рисунок 7). Гламурный образ жизни, яркий макияж и броская одежда породило новое направление в моде – «метросексуализм». Теперь модой и красотой интересуются не только женщины, но и мужчины.

Конец XX в. ознаменовался массовым расцветом брендов одежды и гламурным становилось все, что было хорошо раскручено. А эталон красоты стал навязываться глянцевыми изданиями и телевидением. Современный гламурный стиль в одежде создается из различной одежды, которая не имеет четкой стилевой границы, но обязательно выпускается в ярком и броском цвете. Иконами стиля становятся не только актрисы и певицы, но и просто яркие личности, такие как Пэрис Хилтон (рисунок 8) [11].

Начало 2000-х годов, гламурный стиль в одежде вновь меняется. Каноны красоты, общество и иконы стиля обретают другие очертания. Телевидение уходит на второй план, а главным источником гламурной жизни становится интернет. Иконы стиля диктуют новые каноны красоты через Instagram, видеоканал YouTube и другие цифровые источники. Самыми яркими примерами становятся модели Джиджи Хадид и Кендалл Дженнер, которые прославились благодаря Инстаграму (рисунок 9). Теперь каждая девушка может стать примером для подражания, удачно распространяя свои фотографии в Интернете.

1990-е были временем мультикультурализма, отторжения корней и революционного десятилетия цифровых технологий. При всем технологическом прогрессе и приближении 2000-х 90-е были временем неопределенности в отношении будущего, которое можно увидеть в моде 1990-х. В этой моде было много поворотных моментов, в первую очередь гранж, минимализм и гламур, и она оказала огромное влияние на моду, которое ощущается и в наше время.

Выводы

Проведенное исследование позволяет нам сделать несколько практических выводов. Прежде всего, чтобы выглядеть гламурно, следует придерживаться таких правил:

- выбор одежды должен склоняться к элегантным и в то же время экстравагантным нарядам как классического стиля, так и интерпретируя современные тренды;

- следует правильно расставить акценты, добавляя к образу гламурные аксессуары. Ткань пошива также выбирается только высококачественная и самая дорогая;

- чтобы стать гламурной, по мнению многих стилистов, нужно быть уверенным в себе. Гламурные дивы не всегда привлекают внимание именно своей одеждой, а образ подчеркивает стойкое положение в обществе;

- гламур в одежде выбирают такие современные иконы стиля как Рианна, Ким Кардашьян, Блейк Лайвли, Виктория Бэкхем. Они предпочитают одевать эксклюзивную дорогую одежду даже в повседневной жизни. В то время как большинство других звезд Голливуда обращаются к гламурным образам только для светских мероприятий и для выхода на красную дорожку.

Таким образом, течение гламур может смело стать источником вдохновения для современных дизайнерских проектов. Одним из таких проектов станет разрабатываемая в Институте бизнеса и дизайна коллекция из пяти моделей, появление которой запланировано в рамках одной из научно-исследовательских работ на факультете дизайна и моды.

Список литературы

1. Безугла Р.І. Гламур: осмислення феномена тілесності // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2011. № 4. С. 63-67.
2. Сукаленко Т.Н. Семантические границы термина "гламур" // Язык. Текст. Дискурс. 2012. № 10. С. 405-413.
3. Могилевская Г.И., Гаврилова Е.В. Гламур как культурный мейнстрим // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2017. Т. 2. № 3. С. 189-192.
4. Якутин Ю.В. Гламур как высшая стадия общества потребления // Философия хозяйства. 2008. № 5 (59). С. 262-268.
5. Савельева О.О. Гламур как социальный дискурс медийной рекламы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 2 (102). С. 183-184.
6. Шелудько Г.В., Романюк А.В. «Гламур»: мода или попытка "социально-институциональной прописки"? // Современные гуманитарные исследования. 2007. № 2 (15). С. 82-84.
7. Сатарова Е.В. Гламур и мода // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2010. № 2 (23). С. 116-122.
8. Куликова А.С. Гламур как феномен моды и стиля жизни // Философия хозяйства. 2008. № 5 (59). С. 243-258.
9. Мамедов А.А.О., Оришев А.Б. Тоталитаризм: трактовки прошлого и настоящего // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 2 (58). С. 108-115.
10. Алдрич У. Женская одежда: Английский метод конструирования и моделирования. М.: Эдипресс-Конлига, 2015. 208 с.
11. Гандл Стивен. Гламур. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 382 с.

References

1. Bezugla R.I. Glamur: osmislennia fenomena tilesnosti (Glamour: understanding the phenomenon of physicality), *Visnik Natsionalnoï akademii kerivnikh kadriv kulturi i mistetstv*, 2011, no 4, pp. 63-67.
2. Sukalenko T.N. Semanticheskie granitsy termina "glamur" (Semantic boundaries of the term "glamour"), *Iazyk. Tekst. Diskurs*. 2012, no 10, pp. 405-413.
3. Mogilevskaia G.I., Gavrilova E.V. Glamur kak kulturnyi meinstrim (Semantic boundaries of the term "glamour"), *Novaia nauka: Opyt, traditsii, innovatsii*, 2017, Vol. 2, no 3, pp. 189-192.

4. Iakutin Iu.V. Glamur kak vysshaia stadiia obshchestva potrebleniia (Glamor as the highest stage of consumer society), *Filosofiiia khoziaistva*, 2008, no 5 (59), pp. 262-268.
5. Saveleva O.O. Glamur kak sotsialnyi diskurs mediinoi reklamy (Glamor as a social discourse of media advertising), *Monitoring obshchestvennogo mneniia: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 2011, no 2 (102), pp. 183-184.
6. Sheludko G.V., Romaniuk A.V. «Glamur»: moda ili popytka "sotsialno-institutsionalnoi propiski"? ("Glamour": fashion or an attempt at "social-institutional registration"?) *Sovremennye gumanitarnye issledovaniia*, 2007, no 2 (15), pp. 82-84.
7. Satarova E.V. Glamur i moda (Glamor and fashion), *Kaspiiskii region: politika, ekonomika, kultura*, 2010, no 2 (23), pp. 116-122.
8. Kulikova A.S. Glamur kak fenomen mody i stilia zhizni (Glamor as a phenomenon of fashion and lifestyle), *Filosofiiia khoziaistva*, 2008, no 5 (59), pp. 243-258.
9. Mamedov A.A.O., Orishev A.B. Totalitarizm: traktovki proshlogo i nastoiashchego (Totalitarianism: interpretations of the past and present), *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*, 2014, no 2 (58), pp. 108-115.
10. Aldrich U. Zhenskaia odezhda: Angliiskii metod konstruirovaniia i modelirovaniia (Women's clothing: An English method of design and modeling.). M.: Edipress-Konliga, 2015. 208 p.
11. Gandl Stiven. Glamur. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2011. 382 p.

Рецензент:

Уваров Виктор Дмитриевич - Российский экономический университет им. С.Г. Плеханова, Москва, Россия (117997, Москва, Стремянный пер., д. 36), доктор искусствоведения, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна. E-mail: artuwaroff@yandex.ru, + 7-909-155-63-25.

Uvarof Victor Dmitrievich - Russian University of Economics. S.G. Plekhanova, Moscow, Russia (117997, Moscow, Stremyanny lane, 36), doctor of Science (History of art), professor of advertising, public relations and design, e-mail: artuwaroff@yandex.ru, + 7-909-155-63-25.

Работа поступила в редакцию: 18.07.2022 г.



Рисунок 1 - Мартин Маржела



Рисунок 2 - Король Франции Людовик XIV



Рисунок 3 - Людовик XIV и его бал



Рисунок 4 - Голливудский гламур



Рисунок 5 - Направление Pin-Up 1940 г.



Рисунок 6 - Мэрилин Монро

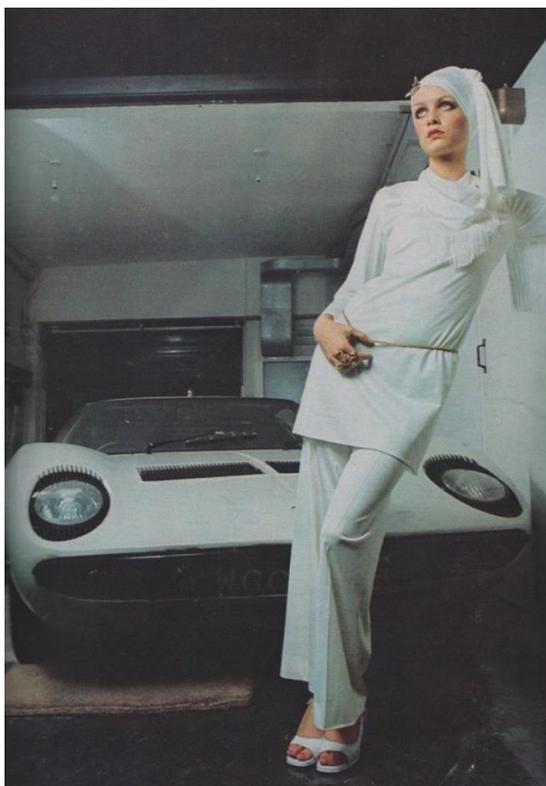


Рисунок 7 - Твидги и Дэвид Боуи



Рисунок 8 - Пэрис Хилтон



Рисунок 9 - Кендалл Дженнер и Джиджи Хадид