

УДК 7.012:001.891

## **АНАЛІЗ РОЛІ МОДЕЛЬЄРІВ ТА ДИЗАЙНЕРІВ У ФУНКЦІОНУВАННІ ІНДУСТРІЇ МОДИ**

**Наталія ЧУПРИНА**

*Кафедра художнього моделювання костюма,  
Київський національний університет технологій та дизайну,  
вул. Немировича-Данченка, 2, 01011, Київ, Україна  
тел.: 8 (044) 256-29-33, e-mail: chouprina@ukr.net*

Розглянуто соціальний процес становлення ролі модельєра, а також окреслено, як і що вони роблять і виробляють, як одержують популярність і підтримують свою репутацію. Визначено, яке співвідношення таланту особистості та соціальної підтримки формує значення модельєра як символу модної індустрії. Визначено 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.

Усі 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 у роботі всієї системи й одержує вигоду від своєї участі. Становлення модельєра – результат діяльності всіх учасників системи, а не тільки індивідуальний талант окремої людини. Можна розглядати модне співтовариство з погляду визначення ролі людей, які входять до нього та чий колективні дії і створюють систему та правила життя співтовариства. Саме завдяки цій співпраці і виникає мода. Всі частини системи, кожна з яких наділена власними прихованими і явними функціями усередині цього інституту, є взаємозалежними. Але жодна з цих частин не є унікальною і незамінною у процесі створення моди. Те, що всі інститути і дизайнери були об'єднані системою в єдине ціле, забезпечило Парижу статус столиці моди. У багатьох організаціях влада зосереджена в руках невеликої кількості людей. 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 та 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 винятково його талантом і видатними творчими здібностями; щоб з'ясувати, як він одержує офіційне визнання як дизайнер моди – творець, необхідно розуміти формальну структуру модного співтовариства. У сфері моди поняття творчого генія так само невловиме

і розпливчате, як і в будь-якому іншому виді художньої діяльності, але традиційно і цілком правомірно вважається, що виготовлення модного одягу потребує особливих умінь. Більшість професіоналів у галузі моди, які володіють правом проголошувати модельєра творцем, наголошують, що для отримання такого звання претендент має бути наділений такими якостями, як новаторство і вроджений талант. Володіють модельєри вродженим талантом чи ні? Обдарованість сама по собі не забезпечує отримання ними високого статусу, який визнають у всьому світі. У кожній людині живе потреба творити і в кожному дрімають творчі задатки, але щоб діяння людини були визнані творчим актом, а результат її роботи – продуктом творчості, в дію повинні вступити особливі зовнішні сили. Взагалі, концепція творчого генія вимагає найретельнішого вивчення. Дослідження інституційних чинників у соціальному процесі становлення модельєра допоможе відшукати відповідь на непросте питання про природу творчості.

До помилкових належить широко розповсюджена 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. Цей підхід не бере до уваги соціальні процеси і середовище, в якому перебувають творці. Як приклад можна згадати 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 відомими й отримали можливість творити в Парижі не тільки завдяки своєму творчому генію [5, с. 92–101]. Якби талант цих дизайнерів прямо залежав від їхнього успіху і престижу, то вони могли б залишатися в Японії: адже, якщо слідувати загальноновизнану теорію, де б творці не перебували, вони все одно неминуче потрапили б у поле офіційних авторитетів світу моди. Париж – найбільший “символічний капітал” [2, с. 106–110], яким може володіти модельєр, особливо, якщо він не належить до західної культури, 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 більше ніхто не посміє засумніватися в їхній 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 їхній статус у Японії, може послужити темою для окремого дослідження.

На підставі викладеного вище можна з легкістю розвінчати міф про модельєра як про геніального творця, який існує поза будь-якими соціальними умовами. Зазвичай, у наукових дослідженнях моди інституційну структуру, що оточує феномен моди, просто не брали до уваги. Аналіз роботи дизайнерів, особливо представників японського авангарду моди, допоможе виявити критерії, якими користуються офіційні авторитети моди у процесі оцінювання діяльності модельєрів-новаторів. Вважається, що відомих дизайнерів спочатку вирізняє творчий підхід і якісь особливі здібності.

Проте тільки схвалення визнаними авторитетами модного співтовариства забезпечує модельєрові 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, яка застосовує унікальні методи для втілення своїх абстрактних концепцій у тканинах. Матеріальні результати праці – не головний критерій в процесі виявлення творчого генія.

Система повинна називати модельєрів творцями, бо 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 постає питання: новим для кого?

Мистецтвознавець Джанет Уолфф робить поняття творчості центральною темою своєї книги. Вона розглядає мистецтво, керуючись традиційним поняттям “художник/автор”, чия творча незалежність зводиться до деяких соціальних, економічних та ідеологічних координат. Аналітичну систему, котру розробила Уолфф, використовуємо у цьому 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 стосунку до визначення ступеня творчих умінь модельєра, бо 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 належить 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 будь-якими 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 усі 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 з якою харизматичне панування передує легально-раціональному. Аналогічно, панування системи породжується пануванням модельєрів. Харизматичне панування засноване на особистих якостях лідера: люди підкоряються йому, оскільки вірять у його екстраординарні здібності.

Отже, легітимність харизматичного правління ґрунтується 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 допомогли зберегти харизму. Це призводить до виникнення ієрархічних відносин між тими, хто наділений винятковими здібностями, і тими, хто ними не володіє. Система стратифікації є наслідком суперництва за становище в суспільстві. Харизматичне панування “великого” модельєра ратифікують і навіть породжують інститути модного співтовариства.

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

- природженим відчуттям кольору, гармонії;

- умінням організувати частини в єдине ціле, комбінувати різні і схожі матеріали;
- відчуттям ритму.

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

Модельєри займаються тим, що моделюють одяг. Чи означає це, що вони тільки роблять ескізи і малюють? Якщо так, то в чому відмінність між модельєром і ескізером? Один із найбільших дизайнерів та кутюрье ХХ століття Поль Пуаре замовляв ескізи своїх моделей ескізеру. У чому ж тоді полягала робота самого П. Пуаре? Він утілював свої ідеї в тканині, а це означає, що він володів необхідними навичками і знав усе про конструювання одягу. Але чи стосується 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 водночас вони обидві належать до найбільших модельєрів в історії моди. Висновок напрашується сам собою: єдиного формального визначення поняття навичок модельєра не існує. Тоді як же оцінюють його роботу? Враховуючи які принципи? Лаконічне формулювання цього питання пропонує Вера Зольберг: “У центрі всієї полеміки про природу мистецтва – як в самому світі мистецтва, так і в надзвичайно складній галузі, 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 В'юнне, 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 майже нікому, окрім неї, не вдалося відтворити. У сьогоденній моді в центрі уваги є не одяг або процес його виготовлення, а модельєр, який може створювати або відтворювати для споживачів шикарні, привабливі образи. Наприклад, Іссей Міяке – японський дизайнер, який влаштувався в Парижі і відомий застосуванням нових та інноваційних тканин, працює разом із креативним дизайнером з 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. Не зважаючи на те, що Шанель погано розумілася на виготовленні одягу, її ім'я звучить по всьому світу і донині, а згадки про В'юнне і Мадам Гре залишилися лише на сторінках історії моди і майже 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 у сучасній системі моди полягає в стимулюванні змін у моді: вони займаються

демонструванням тих нових модних моделей, які носять окремі індивідууми або цілі групи, що мають статус законодавців мод.

Найжорсткіша ієрархія модельєрів існує у французькому модному співтоваристві. Модельєрів паділять на класи:

- кутюрье, які створюють високу моду;
- модельєрів, котрі займаються створенням прет-а-порте;
- корпоративних модельєрів, які працюють у компаніях, зайнятих у масовому виробництві одягу.

Таке розділення з'явилося з початком інституціоналізації моди. Символічна межа відокремлює модельєрів, що належать французькій системі моди, від тих, хто перебуває поза нею. Члени французької системи моди займають домінуюче положення, при цьому кутюрье стоять на верхній сходинці, а дизайнери розташовуються нижче. Саме ці дві групи модельєрів можуть стати головним предметом досліджень, бо вони є основними гравцями в цьому бізнесі. Мода забезпечує безперервне функціонування системи домінуючих і підлеглих позицій у межах суспільного устрою. До того ж, вона ідеологічна, оскільки є частиною процесу, у процесі якого певна соціальна група (в цьому випадку, модельєри) встановлює, підтримує і відтворює позиції влади і відношення панування і підпорядкування. Позиції панування і підпорядкування виглядають природними й 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 становище, користуються своїм соціальним пануванням, бо їх влада справляє враження законної і відповідно 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 в галузі моди та інститути, що входять до системи, цілеспрямовано докладають зусиль 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, які перебувають усередині системи, яка володіє структурою гегемонії, забезпечують собі привілейоване положення і статус, що дають їм змогу дистанціюватися від інших модельєрів, котрі, 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 призвела до розділення модельєрів на дві групи, так само, як і розмежувала споживачів новітньої моди і тих, хто копіює стиль іншого класу [6, с. 541–558], [10, с. 198–205]. Відповідно, модельєри, що перебувають усередині системи, яких можна назвати кутюрье, підтверджують свій статус, постійно беручи участь у регулярних показах мод, які виконують ритуальну функцію відтворення і посилення символічного значення моди, що багато

в чому нагадує систему релігії, яку описав Дюркгейм [3, с. 204–241]. Проте це розділення є цілком демократичним, довільним і гнучким, 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 долучити молодих модельєрів до групи кутюрье.

Теорія моди не сприймає романтичного уявлення про модельєра як про генія, який 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 у процесі виробництва цього продукту, і багато соціально значущих процесів виявилися б непоміченими. Як пояснює Дж. Уолфф, “традиційна концепція художника-творця розглядає людину зовні її інституційних зв'язків, тоді як насправді становлення художника відбувається саме в результаті дії соціальних і культурних процесів” [12, с. 134]. Подібно і Говард Беккер стверджує, що “художник-одинак стає командним гравцем, який працює спільно з багатьма іншими людьми” [1, с. 209]. Згідно з моделлю процесу художнього виробництва, яку запропонував Беккер, відмінність між актом створення і актом сприйняття художнього твору майже стирається.

Отже, прийняття модельєрів у члени інституціалізованої системи моди – найважливіша доленосна подія їхнього життя; з моменту прийому в члени синдикату їхня діяльність та їхні моделі оцінюють як творчі витвори. Творчість – це свого роду результат процесу “маркування”. Відповідно, людина не народжується творцем, але стає ним, тобто одержує статус творчої особи.

#### Список використаної літератури

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.*

Стаття надійшла до редколегії 15.02.2014

Прийнята до друку 23.04.2014

## **ANALYSIS OF ROLE OF COUTURIER AND DESIGNERS IN FUNCTIONING OF THE FASHION INDUSTRY**

**Natalia CHOUPRINA**

*Department of artistic design of suit,  
Kiev national university of technologies and design  
str. Nemyrovycha-Danchenka, 2, Київ, Україна, 01011  
tel.: 8 (044) 256-29-33, e-mail: chouprina@ukr.net*

In this article attention is spared to the social becoming role of designer, and also to the determination of what they do and produce to get popularity and support the reputation. It is determined in work, what correlation of talent of personality and social support forms the value of designer as character of fashion industry. Certain reasons that, why the theory of fashion renounces idea of artist-creator and examines designers as participants of social mutual relations in the field of fashion.

*Key words:* fashion, fashionable concord, couturier and designers, industry of fashion, fashion sketcher, fashionable clothes, fashion tendencies, high fashion, prêt-a-porter.

## **АНАЛИЗ РОЛИ МОДЕЛЬЕРОВ И ДИЗАЙНЕРОВ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ИНДУСТРИИ МОДЫ**

**Наталья ЧУПРИНА**

*Кафедра художественного моделирования костюма,  
Киевский национальный университет технологий и дизайна  
ул. Немировича-Данченка, 2, Київ, Україна, 01011,  
тел.: 8 (044) 256-29-33, e-mail: chouprina@ukr.net*

Уделено внимание социальному процессу становления роли модельера, а также определению того, как и что они делают и производят, как получают популярность и поддерживают свою репутацию. В работе определено, какое соотношение таланта личности и социальной поддержки формирует значение модельера как символа модной индустрии. Определены причины того, почему теория моды отказывается от идеи художника-творца и рассматривает модельеров как участников социальных взаимоотношений в сфере моды.

*Ключевые слова:* мода, модное содружество, модельеры и дизайнеры, кутюрье, индустрия моды, эскизер моды, модная одежда, модные тенденции, высокая мода, прет-а-порте.