Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»

Київ-2024

Укладач - Чернявська Катерина Павлівна

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моді і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Робоча навчальна програма
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»

Київ-2024

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка……5
2. Тематичний план(на осн. повн. заг. освіти)…… 7
3. Тематичний план (на осн. базов.. заг. освіти)……8
4. Зміст дисципліни……..9
5. Список використаних джерел……17
6. Питання до іспиту……19
7. Модульна контрольна робота……21
8. Конспект лекцій……30
9. Додатки……108

1.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Курс ставить за **мету** – ознайомити студентів-дизайнерів з ключовими етапами розвитку моди кін. XIX ст. - поч. XX, з визначними постатями художників-модельєрів та кутюр'є. Дослідити їх життєвий та творчий шлях, а особливо їх вплив на розвиток моди в цілому. Проаналізувати їх вплив на сучасність. Вивчити та знати основні коди ДНК брендів.

Програму навчальної дисципліни орієнтовано на формування загального уявлення про творчість світових дизайнерів одягу, взаємозв'язок творчої концепції з основними проблемами епохи, з розвитком дизайну та сучасного мистецтва в цілому.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Історія будинків моди» є:

- ознайомлення із стилем відомих будинків моди,
- характерним стилем модельєрів, ДНК їх брендів
- основними відкриттями, що відбувалися у сфері моди
- розглянути вплив соціальних подій на розвиток моди, життєвий шлях модельєрів
- проаналізувати вплив подій та відкритів на сучасний стан модної індустрії
- сформувати уявлення про творче надбання відомих будинків мод;
- збирати, аналізувати, обробляти інформацію, що стосується дизайн проектування виробів легкої промисловості, авторських предметів вжитку.

Міжпредметні зв'язки

Під час вивчення курсу «Історія світових будинків моди» застосовано принцип системності, тобто формується база для формування професійних компетенцій/поглиблюються та розширюються знання зі спеціальності. Викладач застосовує міжпредметні зв'язки з іншими навчальними дисциплінами, спираючись на знання, здобуті студентами під час вивчення «Історії костюма та матеріальної культури», «Психології моди» та «Теорії моди». «Історія світових будинків моди» вивчається паралельно з дисциплінами « Фешн-індустрія», має передувати іншим обов'язковим, нормативним, гуманітарним дисциплінам, таким як « Історія костюму та матеріальної культури», «Теорія моди».

За результатами вивчення навчальної дисципліни студент повинен

Знати:

- основні будинки моди та життєвий шлях їх засновників
- основні елементи ДНК світових брендів, їх стиль
- основні етапи становлення будинку моди/модельєра;
- основні поняття світ Haute Couture;
- історичні події світу моди та вибудовувати їх зв'язок з іншими світовими подіями ;

Уміти:

- орієнтуватися серед розмаїття різних модних стилів.;
- відрізняти та знати візуальні та основні коди будинку моди\модельєра;
- вибудовувати зв'язок між історичними подіями в світі моди та з іншими світовими подіями ;
- аналізувати моду Haute Couture;
- назвати та розказати про основні етапи розвитку брендів, їх відкриття та основні коди ДНК
- збирати, аналізувати, обробляти інформацію, що стосується дизайн проектування виробів легкої промисловості, авторських предметів вжитку.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з дисципліни
«Історія вітових будинків моди»

для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 “Дизайн”
Освітньо-професійні програми -«Дизайн одягу»
Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр
Денна форма навчання. Навчання на основі повної загальної середньої освіти

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теорет. заняття*	*Практичні заняття*	*Самос. роботи*	*Форма контролю*
	5 семестр - залік	**90**	**46**	**14**	**30**	**Залік**
1.	Світ високої моди. Світові бренди.	8	4	2	2	Опитування
2.	Світові столиці моди. Їх характеристика	3	2		1	Опитування
3.	Дім високої моди Balenciaga. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
4.	Дім високої моди Chanel. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
5.	Будинок моди Versace. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
6.	Дім високої моди Yves Saint Laurent. Унікальність та індивідуальність	4	2		2	Опитування
7.	Будинок моди Louis Vuitton. Унікальність та індивідуальність	4	2		2	Опитування
8.	Будинок моди Gucci. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
9.	Будинок моди Fendi. Унікальність та індивідуальність.	3	2		1	Опитування
10.	Будинок моди Dolce & Gabbana. Унікальність та індивідуальність.	3	2		1	Опитування
11.	Дім високої моди Christian Dior. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
12.	Дім високої моди Hermes. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
13.	Будинок моди Prada. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
14.	Будинок моди Alexander McQueen	8	4	2	2	Опитування
15.	Будинок моди Givenchy	3	2		1	Опитування
16.	Японський модельєр Yohji Yamamoto	4	2		2	Опитування
17.	Українська мода. Сучасні українські модельєри.	8	4	2	2	Опитування
	Модульний контроль	2		2		Контрольна робота
	Всього:	**90**	**46**	**14**	**30**	



Тематичний план з дисципліни
«Історія вітових будинків моди»

для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 “Дизайн”
Освітньо-професійні програми -«Дизайн одягу»
Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр
Денна форма навчання. Навчання на основі базової загальної середньої освіти

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теорет. заняття*	*Практичні заняття*	*Самос. роботи*	*Форма контролю*
	7 семестр - залік	**90**	**46**	**14**	**30**	**Залік**
1.	Світ високої моди. Світові бренди.	8	4	2	2	Опитування
2.	Світові столиці моди. Їх характеристика	3	2		1	Опитування
3.	Дім високої моди Balenciaga. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
4.	Дім високої моди Chanel. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
5.	Будинок моди Versace. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
6.	Дім високої моди Yves Saint Laurent. Унікальність та індивідуальність	4	2		2	Опитування
7.	Будинок моди Louis Vuitton. Унікальність та індивідуальність	4	2		2	Опитування
8.	Будинок моди Gucci. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
9.	Будинок моди Fendi. Унікальність та індивідуальність.	3	2		1	Опитування
10.	Будинок моди Dolce & Gabbana. Унікальність та індивідуальність.	3	2		1	Опитування
11.	Дім високої моди Christian Dior. Унікальність та індивідуальність.	8	4	2	2	Опитування
12.	Дім високої моди Hermes. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
13.	Будинок моди Prada. Унікальність та індивідуальність.	4	2		2	Опитування
14.	Будинок моди Alexander McQueen	8	4	2	2	Опитування
15.	Будинок моди Givenchy	3	2		1	Опитування
16.	Японський модельєр Yohji Yamamoto	4	2		2	Опитування
17.	Українська мода. Сучасні українські модельєри.	8	4	2	2	Опитування
	Модульний контроль	2		2		Контрольна робота
	Всього:	**90**	**46**	**14**	**30**	

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1: Світ високої моди. Світові бренди.

Поняття моди «haute couture». Засновник моди «от кутюр» Ч. Ф. Ворт. Світ кутюр у цифрах. Основні правила кутюру. Скільки коштує кутюр. Ключові гравці (основні бренди високої моди)

Завдання для самостійної роботи: ознайомитися з основними правилами та ознаками високої моди. Допрацювати практичну роботу.

Завдання для практичної роботи: проаналізувати тиждень високої моди в Парижі та виділити основні тренди на майбутній сезон. Також зробити короткий опис основних показів - тема, стилістика, кольорова палітра та тканини, аксесуари, модний образ .

Використані джерела та література:

1. Браун Л. Модна індустрія: історія, тренди, стилі / Л. Браун. – Київ: Форс-Україна, 2018
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.

Тема 2: Світові столиці моди. Їх характеристика

Основні модні столиці , їх характеристика та особливості. Історія становлення. Париж. Мілан, Лондон та Нью-Йорк.

Завдання для самостійної роботи: на кожну модну столицю зробити асоціативний колаж, який буде передавати основний настрій та характерні риси тижня моди.

Використані джерела та література:

1. Браун Л. Модна індустрія: історія, тренди, стилі / Л. Браун. – Київ: Форс-Україна, 2018
2. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 3: Дім високої моди Balenciaga. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Крістобаль Баленсіага, життєвий шлях. Історія виникнення. Основні винаходи та особливості.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/

Тема 4: Дім високої моди Chanel. Унікальність та індивідуальність.

Основні відкриття та нововведення модного будинку. Революція в моді від Шанель.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді.Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Завдання для практичної роботи: зробити аналіз розвитку та впливу модного дому на моду, за десятиліттями. Оформити у вигляді доповіді.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/

Тема 5: Будинок моди Versace. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Джанні Версаче, життєвий шлях. Історія виникнення. Основні винаходи та особливості.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Завдання для практичної роботи: обрати будь-який показ Versace та зробити його композиційний розбір – стиль, акценти, принт, кольорова палітра, модний образ, основні трендові речі. Оформити у вигляді таблиці, формат PDF.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
4. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 6: Дім високої моди Yves Saint Laurent. Унікальність та індивідуальність

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Ів Сен Лоран, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді.Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/

Тема 7: Будинок моди Louis Vuitton. Унікальність та індивідуальність

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Луї Вуіттон, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 8: Будинок моди Gucci. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Гуччіо Гуччі, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/
4. Офіційний сайт журналу Harper’s Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/

Тема 9: Будинок моди Fendi. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
4. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 10: Будинок моди Dolce & Gabbana. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду. Засновники бренду – Стефано Габбана та Доменіко Дольче.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
4. Офіційний сайт журналу Harper’s Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/

Тема 11: Дім високої моди Christian Dior. Унікальність та індивідуальність.

Завдання для самостійної роботи: завершити практичну роботу. Знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді.Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу. Подивитися фільми «Діор і я», а також «Крістіан Діор - дизайнер мрій»

Завдання для практичної роботи: обрати будь-який показ Dior та зробити його композиційний розбір – стиль, акценти, принт, кольорова палітра, модний образ, основні трендові речі. Оформити у вигляді таблиці, формат PDF.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
4. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 12: Дім високої моди Hermes. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Тьєрі Ермес, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу L’Officiel Ukraine : веб-сайт. URL: https://officiel-online.com/

Тема 13: Будинок моди Prada. Унікальність та індивідуальність.

Основні етапи розвитку модного дому. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду. Міучча Прада – основна героїня бренду.

Завдання для самостійної роботи: знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді.Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
4. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 14: Будинок моди Alexander McQueen

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Александр МакКуін, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: завершити практичну роботу. Знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді . Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Завдання для практичної роботи: обрати будь-який показ McQueen та зробити його композиційний розбір – стиль, акценти, принт, кольорова палітра, модний образ, основні трендові речі. Оформити у вигляді таблиці, формат PDF.

Використані джерела та література:

1. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
2. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Тема 15: Будинок моди Givenchy.

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Юбер де Живанші, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: Знайти ще додаткову інформацію про бренд. Оформити у вигляді доповіді. Дослідити сучасний розвиток бренду. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.

2. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Harper's Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/

Тема 16: Японський модельєр Yohji Yamamoto .

Основні етапи розвитку модного дому. Засновник – Йоджі Ямамото, життєвий шлях. Історія виникнення. Особливості ДНК бренду.

Завдання для самостійної роботи: Знайти ще додаткову інформацію про бренд. Дослідити сучасний розвиток бренду. Оформити у вигляді доповіді .Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Використані джерела та література:

1. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
2. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Harper's Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/

Тема 17: Українська мода. Сучасні українські модельєри..

Розвиток української моди. Основні етапи розвитку. Перші українські дизайнери. Сучасний розвиток української моди.

Завдання для самостійної роботи: Знайти ще додаткову інформацію про українські бренд. Оформити у вигляді доповіді. Ознайомитися з додатковою інформацією в додатках до курсу.

Завдання для практичної роботи: обрати український бренд або дизайнера та дослідити його життєвий шлях. Основні етапи розвитку. Проаналізувати колекції та виявити основні ДНК бренду.

Використані джерела та література:

1. Колосніченко М.В. Мода і одяг. Основи проектування та виготовлення одягу: Навч. посібник. Київ: КНУТД, 2011. 238 с.
2. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/

3. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua
4. Офіційний сайт журналу Harper's Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Барнард М. Теорія моди: Вступ / Малкольм Барнард. – Routledge: 1983
2. Браун Л. Модна індустрія: історія, тренди, стилі / Л. Браун. – Київ: Форс-Україна, 2018
3. Буксбаум Г. Ікони стиль. Історія моди XX століття / Г. Буксбаум., 2009. – 192 с.
4. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до наших днів. К. : Віват, 2013, 256 с.
5. Каммінг В. Словник історії моди / В. Каммінг, К. В. Каннінгтон., 2010
6. Лейвер Д. Костюм та мода: коротка історія / Джеймс Лейвер., 2002.
7. Синчук О. М. Стиль та мода: підручник для студентів вищих навчальних закладів / О. М. Синчук. – Київ: Академія, 2020.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт журналу Harper's Bazaar Ukraine : веб-сайт. URL: https://harpersbazaar.com.ua/
2. Офіційний сайт журналу Elle Ukraine : веб-сайт. URL: https://elle.ua/
3. Офіційний сайт журналу L'Officiel Ukraine : веб-сайт. URL: https://officiel-online.com/
4. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine : веб-сайт. URL: https://vogue.ua

Додаткова

1.Кулешова С.Г. Колір в художньому проектуванні одягу: Навч. посібник. Хмельницький: ХНУ, 2016. 394 с.

2. Ніколаєва Т.В. Тектоніка формоутворення костюма: Навч. посібник. Київ: Арістей, 2008. 340 с.

Електронні інформаційні ресурси

1. Книжкова палата України імені Івана Федорова – http://www.ukrbook.net
2. Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаника – http://www.library.lviv.ua/
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання – www.nbuv.gov.ua
4. Національна парламентська бібліотека України – http://www.nplu.org/
5. Харківська державна наукова бібіліотека України імені В. Короленка – http://korolenko.kharkov.com/
6. Наукова бібліотека ім. В. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка – http://lib-gw.univ.kiev.ua/
7. Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка – http://library.lnu.edu.ua/bibl/

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Питання до заліку
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»

Київ – 2024

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Розкрити поняття «haute couture»
2. Розказати про засновника високої моди Чарльза Ворта.
3. Категорії учасників брендів високої моди. Їх основні характеристики.
4. Перерахувати основні модні столиці. Розказати їх особливості.
5. Розказати про Крістобаля Баленсіагу. Його життєвий шлях.
6. Основні ДНК бренду Balenciaga.
7. Хто зараз є креативним директором будинку Balenciaga
8. Основні нововведення будинку моди Chanel.
9. Охарактеризуйте стиль Chanel
10. Основні ДНК бренду Versace
11. Розказати про Ів Сен Лорана. Його життєвий шлях.
12. Основні ДНК бренду Saint Laurent.
13. Розказати про історію виникнення бренду Louis Vuitton.
14. Розказати про історію виникнення бренду Gucci.
15. Основні ДНК бренду Gucci
16. Розказати про історію виникнення бренду Fendi.
17. Основні ДНК бренду Dolce & Gabanna
18. Розказати про історію виникнення бренду Dolce & Gabanna
19. Розказати про Крістіана Діора. Його житєвий шлях.
20. Основні ДНК бренду Dior
21. Охарактеризуйте стиль «нью лук»
22. Розказати про історію виникнення бренду Hermes.
23. Розказати про сумки Біркін та Ермес Келлі. В чому їхня унікальність
24. Розказати про історію виникнення бренду Prada.
25. Розказати про історію виникнення бренду Alexander McQueen.
26. Основні ДНК бренду McQueen
27. Розказати про історію виникнення бренду Givenchy
28. Розказати про дизайнера Йоджі Ямамото. Його життєвий шлях.
29. Основні ДНК бренду Yohji Yamamoto
30. Українська мода – основні етапи розвитку.
31. Сучасні українські дизайнери. Перерахувати.
32. Надати характеристику модній столиці України – Києву.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Модульна контрольна робота
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»

Київ - 2024

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА

1. Що означає термін haute couture?
А) готовий виріб
Б) техніка пошиву одягу
В) висока мода
Г) вид колекції

2. Де знаходиться столиця високої моди?
А) Мілан
Б) Лондон
В) Нью Йорк
Г) Париж

3. Хто був засновником haute couture?
А) Поль Пуаре
Б) Чарльз Ворт
В) Коко Шанель
Г) Крістобаль Баленсіага

4. Як називається організація, що управляє високою модою?
А) Синдикат високої моди
Б) Палата високої моди
В) Спілка високої моди
Г) Профсоюз високої моди

5. Модна столиця Італії – це?
А) Рим
Б) Флоренція
В) Мілан
Г) Венеція

6. В якому році було засновано модний дім Balenciaga?
А) 1947
Б) 1919
В) 1968
Г) 1983

7. Який силует був винайдений Крістобалем Баленсіагою?
А) кокон
Б) трапеція
В) прямокутний
Г) пісочний годинник

8. Як називали Крістобаля Баленсіагу у сфері моди?
А) магістр от кутюр
Б) великий мрійник
В) скульптор моди
Г) бунтівник

2. Які види тканин популяризувала Коко Шанель?
А) твід
Б) шерсть
В) джерсі
Г) шовк

3. Визначте основні ДНК бренду Шанель?
А) маленька чорна сукня, твідовий костюм, двоколірні туфлі
Б) мінімалізм, костюми трійки, чорний колір
В) романтичність, х-силует, багатошаровість
Г) біжутерія, духи, сумочки на ланцюжку

4. Стиль будинку Versace…
А) стриманий, класичний
Б) романтичний, ніжний
В) агресивний, загадковий
Г) гламурний, сексуальний

5. Коли було засновано модний будинок Versace?
А) 1980
Б) 1978
В) 1995
Г) 1983

6. В якому модному будинку працював Ів Сен Лоран, до заснування власного бренду?
А)Balenciaga
Б) Chanel
В)Dior
Г) Balmain

7. Які стилі популяризував Ів Сен Лоран?
А) гламур
Б) фольклорний
В) класичний
Г) сафарі

8. Який вид одягу став візитною карткою будинку моди Saint Laurent?
А) сукня-футляр
Б) жакет Bar
В) комбінезон
Г) жіночий смокінг

9. З якої продукції починав свою роботу бренд Louis Vuitton ?
А) з сумок та валіз
Б) з оснащення для коней
В) з одягу
Г) з парфумерії

10.Який французький будинок моди вважається найстарішим?
А) Chanel
Б) Dior
В) Louis Vuitton
Г) Hermes

11. Країна – походження бренду Gucci
А) Франція
Б) Іспанія
В) Італія
Г) США

12. Всесвітню славу бренду Gucci принесли
А) парфумерія
Б) вироби зі шкіри
В) одяг
Г) аксесуари

13. На чому спеціалізується італійський будинок моди Fendi ?
А) одяг от кутюр
Б) хутро та шкіра
В) парфумерія
Г) взуття

14. Рік заснування будинку Fendi?
А) 1950
Б) 1925
В) 1945
Г) 1975

15. Який бренд одягу популяризував анімалістичні принти?
А) Gucci
Б) Dolce & Gabanna
В) Saint Laurent
Г) Fendi

16. Улюблений колір бренду Dolce & Gabanna
А) білий
Б) червоний
В) чорний
Г) жовтий

17. Який образ жінки створив Крістіан Діор?
А) жінка-квітка
Б) жінка - мандрівниця
В) жінка- кішка
Г) жінка – воїн

18. Який предмет одягу став візитною карткою будинку моди Dior?
А) сукня-футляр
Б) жакет Bar
В) комбінезон
Г) жіночий смокінг

19. Основний силует будинку моди Dior?
А) пісочний годинник
Б) прямокутник
В) прямий
Г) х-силует

20.Як назвали стиль дому Dior ?
А) new look
Б) романтичний
В) baby doll
Г) lady like

21. Найпопулярніша та найдорожча модель сумки у світі?
А) Lady Dior
Б) Birkin
В) 2.55
Г) Speedy

22. Фірмовий колір будинку Hermes?
А) фіолетовий
Б) чорний
В) коричневий
Г) помаранчевий

23. Хто зараз очолює бренд Prada?
А) Міучча Прада
Б) Раф Сімонс
В) Сільвія Фенді
Г) Кім Джонс

24. Як називається бренд, що повністю належить бренду Prada ?
А) Moschino
Б) Miu Miu
В) Versace
Г) D&G

25. В якому модному будинку моди Alexander McQueen був креативним директором?
А) Balenciaga
Б) Dior
В) Givenchy
Г) Chanel

26.Як би ви охарактеризували стиль McQueen?
А) темний, меланхолійний, драматичний, фантазійний
Б) ніжний, чуттєвий, легкий, романтичний
В) бунтівний, футуристичний, спортивний
Г) авангардний, деконструктивістський, класичний

27. Хто довгий час продовжував створювати колекції для бренду McQueen після смерті Александра МакКуїна ?
А) Демна Гвасалія
Б) Сара Бьортон
В) Джон Гальяно
Г) Шон МакГір

28. Як називалася посмертна виставка костюмів присвячена творчості Александра МаКуїна?
А) Heavenly Bodies
Б) Dark Beauty
В) Savage Beauty
Г) Raped Scotland

29.Основні ДНК бренду Givenchy?
А) французький шик та елегантність
Б) бунтарство та рок-н-ролл
В) авангрaдизм та футуризм
Г) романтичність та меланхолічність

30. Хто був головною музою Юбера де Живанші?
А) Мерлін Монро
Б) Одрі Хепберн
В) Марлен Дітріх
Г) Грета Гарбо

31. В якому році було засновано будинок моди Givenchy?
А) 1982
Б) 1942
В) 1952
Г) 1932

32. Основний колір японського бренду Ямамото?
А) червоний
Б) білий
В) сірий
Г) чорний

33. Дата заснування бренду Yamamoto
А) 1950
Б) 1972
В) 1988
Г) 1975

34. Стиль японського бренду Yamamoto об’єднує?
А) японські традиції та європейські
Б) авангард та сучасність
В) футуризм та деконструкцію
Г) романтику та еклектику

35.Як називалися перші тижні моди в Україні?
А) Ukrainian Fashion week
Б) Kyiv Fashion days
В) Сезони моди
Г) Київські каштани

36. Модна столиця України?
А) Львів
Б) Харків
В) Київ
Г) Одеса

37. В якому році відбулися перші модні покази в Україні ?
А) 1999
Б) 2005
В) 1997
Г) 1996

38. В якому році офіційно розпочалась Ukrainian Fashion Week?
А) 1997
Б) 2003
В) 1999
Г) 2005

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Конспект лекцій
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»

Київ - 2024

ТЕМА 1
Світ високої моди. Світові бренди.

Мода Haute Couture

Модні бренди, які не були сертифіковані Fédération française de la couture, французькою федерацією, що регулює та контролює галузь кутюр, юридично не мають права вживати термін щодо своїх колекцій. Haute couture – термін з 1800-х років і відноситься до предметів одягу, що штучно створені для конкретних клієнтів. Першим кутюр'є в сучасному розумінні вважається англієць Чарльз Фредерік Уорт, який спеціально переїхав до Парижа, щоб відкрити там свій Будинок моди.



House of Worth (1858–1956)



Весільна сукня для Еліс Вейд від House of Worth (1879)

Цей термін не можна використовувати без розбору, тому що він має юридичну силу та значення і не видається так. Будинок, який претендує на таке високе звання, повинен відповідати цілому списку вимог.

Цифри Haute Couture

Вимоги, встановлені Fédération française de la couture у 1945 році (і згодом оновлені у 1992 році), повинні виконуватися послідовно та безперервно, щоб Будинок зберіг свій статус високої моди, оскільки інакше титул та членство у Fédération française de la couture можуть анулювати.

Дизайн одягу haute couture має на увазі індивідуальне виконання для приватних клієнтів.

Бренд, який має право називатися haute couture повинен підтримувати роботу ательє з не менше 15 штатних співробітників. Кожен працівник повинен мати повноцінний робочий день в ательє, в Парижі. Взагалі все виробництво має перебувати у французькій столиці.

Також у штаті має бути 20 штатних технічних працівників, які працюють на постійній основі.

Колекція haute couture повинна містити не менше 50 оригінальних зразків (в різні роки їхня кількість варіювалася від 25 до 75) - як денного, так і вечірнього одягу. Представляти колекції необхідно двічі на рік, у січні та липні.

Всі сукні haute couture виконуються тільки в одному екземплярі, кількість машинних швів не повинна перевищувати 30%, обробка та декор повинні проводитися за старовинними традиціями. Так, наприклад, на виготовлення однієї сукні Elie Saab Couture з колекції осінь-зима 2017/2018 пішло 20 000 одиниць декору, в тому числі 8000 блискіток, 1000 перлин і 10 000 трубочок дорогоцінного стекляруса, а в роботі над ним.

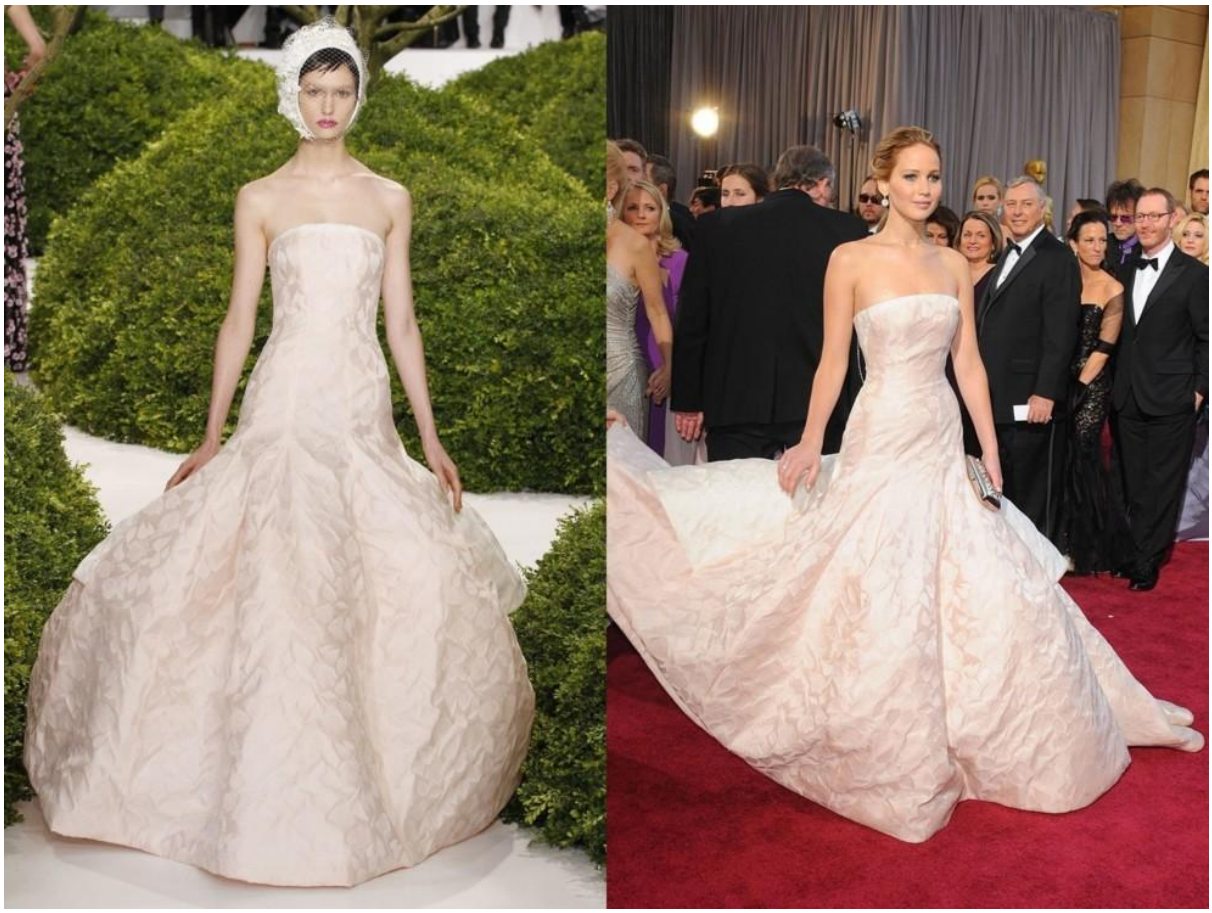
Клієнтками високої моди є близько 2000 жінок по всьому світу.

Хто насправді робить одяг Haute Couture?

"Les petite mains", в буквальному сенсі термін означає маленькі руки і відноситься до колективу з 2200 швачок, які ретельно створюють шедеври Високої моди. Найчастіше les petite mains можуть провести свою кар'єру та все життя виключно в одному бренді. Так, наприклад, у Chanel є вишивальниці та мереживниці, які працюють у Будинку вже понад 50 років.

Скільки коштує Haute Couture?

Ціни на деякі зразки, робота над якими займає понад 700 годин та 20 осіб персоналу, може бути дуже високою. Зазвичай вартість стартує від 15 тисяч євро. Використання рідкісних тканин та дорогоцінних прикрас може лише підвищити ціну. Окремі зразки можуть коштувати до кількох мільйонів. Так, наприклад, сукня Dior, в якій Дженніфер Лоуренс з'явилася на церемонії «Оскара» у 2013 році коштувала чотири мільйони доларів.



Сукня Dior Couture весна-літо 2013

Ключові гравці

В даний час існує 15 модних Будинків Haute Couture, у тому числі такі титани, як Dior та Chanel. У 2012 році до Balmain, Chanel, Christian Dior, Christian Lacroix, Emanuel Ungaro, Givenchy, Hanae Mori, Jean Louis Scherrer, Jean-Paul Gaultier, Lecoanet Hemant, Louis Feraud, Thierry Mugler, Torrente, Yves Saint Laurent та Viktor&Rolf додалися новачки Ma Martin Margiela та Alexis Mabille. Для тих будинків, чиї штаб-квартири знаходяться за межами Парижа, була придумана спеціальна категорія – Versace, Valentino, Elie Saab, Giorgio Armani вважаються членами-кореспондентами. До нових членів у січні 2017 року приєдналися: Antonio Grimaldi, Galia Lahav, Georges Hobeika,

Hyun Mi Nielsen, Maison Rabih Kayrouz, Xuan. Reappointed. А гостями є наступні бренди - Aouadi, Francesco Scognamiglio, Guo Pei, Iris Van Herpen, Julien Fournié, Ralph&Russo, Schiaparelli, Ulyana Sergeenko, Vetements, Yuima Nakazato та Zuhair Murad.

ТЕМА 2

Світові столиці моди. Їх характеристика

З плином часу та змін різних епох, на модній мапі світу сформувались чотири фешн столиці світу, які й нині залишаються основним орієнтиром для всіх модників та дизайнерів.

Це відомі кожному учаснику модного процесу, **чотири міста – Париж (Франція), Мілан (Італія), Лондон (Велика Британія) та Нью-Йорк (США).**

Кожна з модних столиць має свої певні особливості та характерні риси. Кожна має свою історію розвитку та цілу плеяду відомих будинків моди, дизайнерів.

Давайте коротко розглянемо, основні характеристики кожної зі столиць:

Париж – для цієї модної столиці характерна: креативність (адже саме на Паризькому тижні моди, зявляються найяскравіші приклади моделей, аксесуарів, декору і тканин); слідування традиціям (багато майстерень та будинків моди з історією, зберігання саме французьких традицій), haute couture (і всі традиції цього напрямку, а також єдиний в світі тиждень Високої моди); оспівування романтичності та жіночності.

Мілан – для нього характерна яскравість; експресивність; сексуальність; практичність; артизанальність (велика кількість майстерень та ремесленників); неймовірні текстильні можливості (адже більшість тканин, що використовуються дизайнерами - італійські, в них дуже висока якість); дуже розвинена ювелірна справа.

Лондон – це центр експериментів; екстравагантності та авангардності; велика кількість відомих та впливових дизайн-шкіл (одна з найвідоміша St.Martin’s School в Лондоні); багато креативних дизайнерів з нестандартим баченням.

Ньй-Йорк – характерний мінімалізм; мода як бізнес (багато професійної преси, різних бюро та організацій та івентів, на яких заробляються гроші); масштабність; великий вплив моди на соціальне життя (різні відомі зірки, інфлюенсери, редактори модних видань мають великий вплив навіть на політику!)

ТЕМА 3

Дім високої моди Balenciaga. Унікальність та індивідуальність.



Balenciaga - будинок моди, заснований в 1919 році іспанським дизайнером Крістобалем Баленсіагою в Сан-Себастьяні і в даний час базується в Парижі. Balenciaga закрився у 1968 році і знову відкрився під управлінням нового власника у 1986 році. Нині будинок Balenciaga належить французькій модній групі Kering.

Крістобаль Баленсіага відкрив свій перший бутік у Сан-Себастьяні (Іспанія) в 1919 році, пізніше розширивши свій бізнес за рахунок філій у Мадриді та Барселоні. Серед клієнтів будинку Balenciaga були іспанська королівська сім'я та аристократія, але коли іспанська громадянська війна змусила Баленсіагу закрити свої магазини, він перебрався до Парижа.



Крістобаль Баленсіага

У Парижі Баленсіага влаштувався на авеню Георга V у серпні 1937 року. На першому показі мод він продемонстрував дизайн із сильним впливом іспанського Ренесансу - Balenciaga представив на суд глядачів стиль ампір, що вважався новинкою для того часу . Успіх був негайним. Протягом перших двох років після відкриття французька преса вихваляла Баленсіагу як революціонера, його ідеї були дуже затребувані.

Популярність Баленсіаги була настільки велика, що навіть під час Другої світової війни клієнти, ризикуючи своєю безпекою, приїжджали до Парижа, щоб побачити його новинки. У цей час він був відзначений за своє «квадратне пальто».

Однак лише у повоєнні роки став очевидним повний масштаб винахідливості цього оригінального дизайнера. Його лінії стали більш лінійними і гладкими, відхиляючись від форми пісочного годинника, популяризованого «Нью-луком» Крістіана Діора. Гнучкість його силуетів дозволила йому маніпулювати між одягом та жіночим тілом. У 1951 році Баленсіага повністю змінив силует, розширивши плечі та прибравши талію. Його маніпуляція талією, зокрема, сприяла «тому, що його найважливішим внеском у світ моди став: новий силует для жінок».

У 1960-х роках Баленсіага був новатором у використанні тканин: він тяжів до важких тканин, складної вишивки та сміливих матеріалів. Його творіння, у тому числі лійкоподібні сукні з жорсткого атласу, які носили такі клієнти, як письменниця Полін де Ротшильд, філантроп та колекціонер Банні Меллон, колекціонер Марелла Агнеллі, дружина та мати нікарагуонарських диктаторів , редактор Harper's Bazaar у 1963—1971 роках Глорія Гіннесс та філантроп Мона фон Бісмарк — вважалися зразком від-кутюр у 1950-х та 1960-х роках. 1960 року він розробив весільну сукню для майбутньої бельгійської королеви Фабіоли.

Декілька дизайнерів, які працювали в будинку Balenciaga, пізніше відкрили свої успішні будинки моди, зокрема Оскар де ла Рента (1949), Андре Курреж (1950), Емануель Унгаро (1958), але найвідомішим протеже був Юбер де Живанші, який був прийнятий в Синдикат високої моди.

У 1957 році Баленсіага вирішив показати свою колекцію модній пресі за день до дати її надходження в роздрібний продаж, а не за чотири тижні, як практикувалося на той час в індустрії моди. Не дозволяючи пресі дізнатися про дизайн його одягу до останнього дня, перш ніж вони були відправлені в магазини, дизайнер тим самим сподівався обмежити піратство та копіювання своїх речей. Преса виступила проти подібного нововведення, але Баленсіага та його протеже Живанші твердо стояли на своєму. Їхні прихильники стверджують, що Крістіан Діор багато в чому досяг успіху в модній індустрії за рахунок копіювання силуетів і крою Баленсіаги, представляючи їх як свою власну оригінальну роботу; тому Крістобаль і не був зацікавлений раннім висвітленням засобами масової інформації своїх колекцій.

У 1967 році обидва дизайнери скасували своє рішення і повернулися до традиційного графіка.

Баленсіага рішуче чинив опір правилам Синдикату високої моди і, таким чином, ніколи не був його членом. Хоча про нього говорять з великою повагою, технічно речі Balenciaga ніколи не були високою модою.

Крістобаль Баленсіага закрив свій будинок моди у 1968 році та помер у 1972 році. Будинок був недіючим до 1986 года.

1986 року компанія Jacques Bogart S.A. придбала права на торгову марку Balenciaga та відкрила нову лінію одягу прет-а-порте. Перша колекція була розроблена французьким стилістом Мішелем Гома у жовтні 1987 року, який залишався в будинку протягом наступних п'яти років. У 1992 році його змінив голландський дизайнер Джозеф Тімістер, який почав відновлення

бренду Balenciaga до елітного статусу високої моди. Під час роботи Тімістера креативним директором до будинку приєднався французький дизайнер Ніколя Жеск'єр, який у 1997 році сам очолив компанію і займав свою посаду рекордні п'ятнадцять років.

Нині будинок Balenciaga належить французькій модній групі Kering, раніше відомій як Pinault-Printemps-Redoute (PPR), а його креативним директором з 2015 року є грузинський дизайнер Демна Гвасалія.

Тема 4

Дім високої моди Chanel.

Коко Шанель – революція моди. Основні зміни

Чоловічі штани

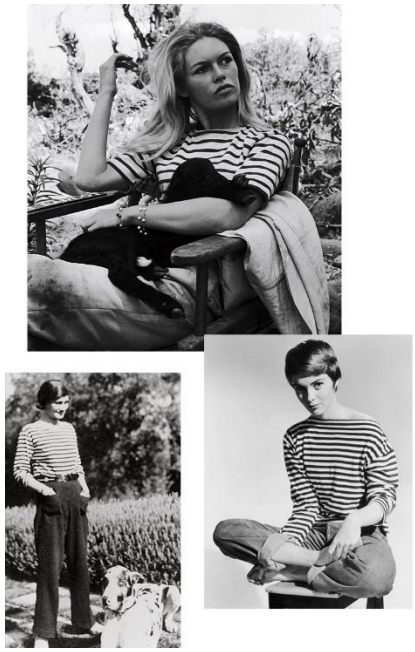
Від корсета жінок звільнив ще Поль Пуаре, однак пишатися можливістю дихати на повні груди і відчувати себе розкуто, будучи одягненою в широкі чоловічі штани, сорочку і піджак, нам дозволила саме мадемуазель Коко, іконізувавши типовий післявоєнний лук a la garconne. Коко Шанель першою почала носити чоловічі штани, а після перекроїла їх на жіночу фігуру. Днем обирала укорочену версію, а для вечірніх виходів вибирала широкі і довгі.





Бретонка

Шанель перетворила в предмет жіночого гардеробу і грубу в'язану морську фуфайку. У класичну бретонку вона закохалася в 1917 році, коли відпочивала на берегах Французької Рив'єри і милувалася моряками в смугастих футболках. Створивши для неї пару у вигляді широких чорних брюк, Шанель випустила морську колекцію, зачарувавши французьку буржуазію.



Слева направо: Коко Шанель, 1928 год; Брижит Бардо и Джин Сиберг

Маленьке чорне плаття

До цього дня ідеальний гардероб неможливо уявити і без її «маленької чорної сукні», яке значиться в архівах Будинку Chanel під номером 817. Нововведення 1926 року зустріло шквал критики серед громадськості як траурне сирітське плаття, але на сторінках французького Vogue його порівняли з чорним автомобілем Ford, припустивши, що зовсім скоро вони зрівняються по універсальності і популярності. Так і сталося. Ви вимовляєте: «Маленьке чорне плаття». Всі чують: «Chanel»





Платье Chanel Ford, 1926 год

Сумка на ланцюжку

«Я втомилася носити ридикюлі в руках, до того ж я їх вічно втрачаю, - сказала в 1954 році 71-річна Коко Шанель. - Сумка повинна бути на ремінці, щоб руки залишалися вільними ». Сказано зроблено. Вже через рік, в лютому 1955 го, Шанель представила світу прямокутну стьобану сумку на довгому ланцюжку. Новинку назвали «2.55» відповідно до дати створення моделі.





Джеки Кеннеди и Коко Шанель с сумкой «2.55»

Двоколірні туфлі

У 1957 році Коко Шанель представила нову модель взуття - двоколірні two tone shoes - туфлі з бежевою шкіри з чорним миском на 5-сантиметровому квадратному каблуці. Над оригінальною моделлю вона працювала разом з відомим майстром взуття тих років - месьє Раймоном Массаро. Two tone shoes досі переходять з колекції в колекцію в різних інтерпретаціях. Модель візуально подовжує ногу за рахунок світлої основи, при цьому роблячи стопу більш мініатюрною, і незалежно від висоти каблука поєднується і з сукнями, і з брюками. «Це незамінна взуття на всі випадки життя. Маючи всього чотири пари, можна подорожувати по світу », - говорила мадемуазель Шанель про улюблених туфлях.



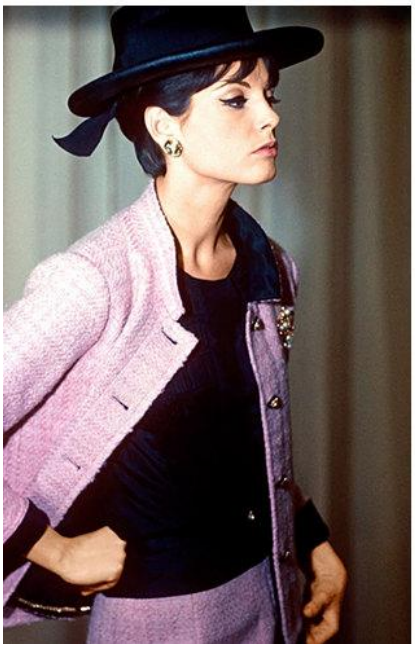


Роми Шнайдер в туфлях Chanel, 1974 год; деталь показа Chanel осень-зима 2015

Твідовий костюм

Переконана в тому, що «ніщо так не робить жінку старшою, як надто багатий костюм», Шанель загорнула свою героїню в твід. На початку XX століття щільна вовняна тканина з ворсом використовувалася тільки для пошиття чоловічих пальт. Однак Шанель пошила з твіду приталений жакет і вузьку спідницю трохи нижче колін. Ця формула ідеального костюма-двійки від Коко не втрачає актуальності вже більше півстоліття.







Слева направо: модель в классическом твидовом костюме Chanel, 1960 год; Инес де ля Фрессанж в апартаментах Chanel, 1981 год; Коко Шанель и Сьюзи Паркер, 1959 год

Біжутерія

Шанель була першою, хто переконав жінок носити біжутерію, причому з не меншим достоїнством, ніж справжні ювелірні шедеври. Крім того - поєднувати перші і другі. «Люди з хорошим смаком носять біжутерію. Всім

іншим доводиться носити золото », - говорила вона, знову виступаючи проти усталених правил і принципів.





Коко Шанель и итальянский ювелир Фулько ди Вердура, 1937 год; деталь показа Chanel Métiers d'Art 2016/17

Тема 5

Будинок моди Versace.

VERSACE

Gianni Versace S.p.A., (або просто Versace, Версаче) – італійський бренд, по випуску модного одягу, аксесуарів і предметів розкоші. Компанія була заснована в 1978 році Джанні Версаче. Емблемою бренду є медуза Ронданіні.

Історія створення бренду, Джанні Версаче

Засновник компанії, великий дизайнер Джанні Версаче (Gianni Versace), народився 2 грудня 1946 року в Калабрії. А став він великим дизайнерів фактично завдяки матері, яка була кравчинею й дизайнером одягу. Вона й навчила його процесу створення одягу та шиттю. А через деякий час Джанні став повноцінно працювати в ательє, разом з матір'ю й почав створювати свій одяг. Що б бути в курсі останніх модних тенденцій, Джанні регулярно відвідував покази мод у Парижі, Лондоні.



Джанні Версаче

В 25 років, Джанні Версаче перебирається до Мілану, для того що б працювати на такі відомі будинки моди як Genny, Callaghan і Complice.

Працювати в Мілані його запросив якийсь заможний бізнесмен, котрий захотів вкласти у Версаче свої гроші.

Так як у Версаче виходило створювати модні речі, він вирішує відкрити в 1978 році власний будинок моди Gianni Versace. Керівником будинку був він сам, а його заступниками й головними помічниками стали його брат Санчо й сестра Донателла. В 1979 Джанні представляє свою першу колекцію жіночого одягу у Мілані, яка підкоряє публіку. В 1978 був обраний і фірмовий логотип будинку Версаче – голова Медузи. Як пояснював свій вибір сам Версаче: "Цей вибір був зроблений абсолютно свідомо. Медуза символізує красу й фатальні чари античної давньогрецької класики – як у мистецтві, так і у філософії. Вона – синтез краси й простоти, що у буквальному значенні паралізує й навіть гіпнотизує"

Успіх Версаче й нагороди

В 1980-і роки Версаче остаточно підкорив серця модниць і модників. Доходи його компанії досягали більше 900 мільйонів доларів. У нього було більше 100 фірмових магазинів по усьому світі. Крім моди Версаче почав захоплюватися костюмами для театру й кіно. В 1982 році у знаменитому театрі Ла Скала Версаче створює перші театральні костюми. Він обожнював театральне мистецтво, оперу й балет. Його творіння з'являлися в таких постановках, як "Josephlegende" (1982), "Don Pasquale" (1984), "Salone" (1987), "Doktor Faust" (1989), а також у балетних поданнях "Dionysos" (1984), "Malraux ou la Metamorphose des Dieux" (1986), "Leda and the Swan" (1987) і "Chaka Zulu" (1989).

Версаче також є автором книг "Дизайни" (1994), "Vanitas – Ricami e Decori – Decori e Ricami" (англомовна версія вийшла в 1994 році), "Men without Ties" (1994), "Do not Disturb" (1995) і "Rock and Royalty" (1996). Список нагород, які присуджували кутюр'є, воістину вражає: в 1982 році за осінньо-зимову жіночу колекцію (у якій було представлене знамените сукня-кольчуга) він одержав "Cutty Sark" і "Golden Eye" (власником останньої модельєр ставав також в 1984, 1990 і 1991 роках).

В 1985 за видатний внесок у розвиток театру Версаче дали "Maschera d'Argente" ("Срібну маску"), в 1988 йому присудили титул "Найбільш передового й творчого дизайнера світу" від журі "Cutty Sark", а в 1998 – Оскар американської моди.

Саме Версаче ввів таке поняття як "топ-модель" у світову моду. Він любив манекенниць і платив у два, три рази більше за показ окремим моделям. Зараз

це вже загальноприйнята практика, коли топ-модель одержує гарні гроші за показ. Ці винятково елегантні супер моделі стали кумирами мільйонів, їхні скандальні витівки заповнювали сторінки газет, наслідування їх стало мрією тисяч юних дівчат. Клаудіа Шиффер, Крісті Тарлінгтон, Лінда Євангеліста, Сінді Кроуфорд та Наомі Кемпбелл – всіх їх створив Джанні Версаче.

Як не дивно, так люблячи дівчат, Джанні в той же час був гомосексуалістом і жив з чоловіком.

Секретом його успіху було те, що він завжди вкладав душу у творчість, тому вона була гранично щирим. “Моє натхнення – не плід навчання, воно скоріше виходить від інстинкту”, – говорив дизайнер. Він завжди додержувався своєї природи, і щоразу його витвори доводили, що це правильний шлях. Підкоряючись інстинкту генія, він міг з’єднувати шкіру із шовком і мереживами, зливати воєдино бароко й футуризм, а міг створити строге чорне вечірнє плаття.

Смерть геніального дизайнера

Вона настала 15 липня в 1997 році. Його застрелили як і Мауріціо Гуччі, однак причини вбивства так і залишилися не розкритими. Відомо що Джанні виходив зі своєї вілли в Майамі-Біч, що б купити свіжих журналів, там він дозволяв собі гуляти без охорони. Убивцею виявився Ендрю Кьюненен, якого знайшло ФБР застреленим у себе будинку з того ж пістолета, з якого був убитий 50-літній Джанні Версаче.

Після смерті Версаче на чолі фірми стала його сестра Донателла. Вона не стала копіювати й переробляти стиль Джанні, а створила свій власний. При цьому Донателла продовжує традиції, створюючи колекції в стилі сексуального гламура. Зараз їй активно допомагає племінниця Донателли – Франческа Версаче. Дівчина закінчила престижну дизайнерську школу й зараз випускає колекції від свого імені під крилом бренду Версаче.

Лінії продукції Versace

групу Версаче груп входить бренди: Gianni Versace Couture, Versus, Versace Jeans Couture, Versace Ceramic Designs, Versace Collection (яка замінила Versace Classic в 2005 році), Versace Sport. Крім випуску одягу й аксесуарів, група управляє й готелем Palazzo Versace.

Головною лінією Будинку моди є Gianni Versace Couture, що представлена: одягом, ювелірними прикрасами, годинниками, парфумерією, косметикою й предметами інтер’єра класу “хай-енд” або ручного виготовлення.

Versace Collection, Versace Jeans Couture і Versus – ліцензійні лінії з пересічними мотивами. Одяг має характерні риси лінії Gianni Versace, але основний акцент робиться на тенденції конкретного сезону. Найчастіше ці лінії створюються й випускаються іншими компаніями, які тісно співробітничають із Versace Group.

Versace Jeans Couture, лінія одягу для повсякденного життя, наголошує на неофіційну форму одягу: висококласні джинси й класичні сорочки з малюнком Gianni Versace, які є порівняно доступними.

ТЕМА 6

Дім високої моди Yves Saint Laurent

SAINT LAURENT
PARIS

(сучасний логотип бренду)



Ів Сен Лоран

Після передчасної смерті Крістіана Діора керівництво його Будинком моди перейшло в руки 21-річного, але виключно обдарованого Іва Сен-Лорана, або, як його називали тоді Маленького Принца Високої Моди. З 19 років він працював під керівництвом самого мера і брав участь у розробці всіх останніх колекцій Крістіана. Сам Діор - який ніколи, до речі, не страждав

настільки властивою знаменитостям манією величі і відкрито захоплювався Віонні і Шанель - говорив про нього, як про свого спадкоємця: "Я хочу, щоб він вийшов на перший план". Один геній змінив іншого генія.

До речі, і Діор і Сен-Лоран були в чомусь схожі: вони обидва прекрасно розбиралися в мистецтві, любили збирати книги, відрізнялися великою сором 'язливістю, ніяковіли на публіці і називали свою величезну славу "західніше свого життя"..

Сьогодні Анрі Донат Матьє (Ів - це псевдонім) Сен-Лоран, який народився 1 серпня 1936 р. в алжирському прибережному місті Орані в заможній родині вихідців з Ельзасу, - легенда. Його марка - ціла імперія. Його покази - ритуал. Він займає перший рядок у списку кутюр 'є, чиї моделі були виставлені в музеї за життя автора (це сталося в 1983 р. в Нью-Йорку в музеї Метрополітен).

А почалося все з того, що маленький Матьє мріяв про те, щоб одягати жінок в сліпучі вбрання. Недарма він заявив одного разу: "Моє ім 'я буде написано вогняними літерами на Єлисейських полях!" Вже в 6 років він пошив сукню для ляльки з нового простирадла. Потім в хід пішли улюблена мамина накидка, вихідна сорочка батька. Він дуже рано став користуватися величезним успіхом у своїх однолітків: тільки він міг зшити приголомшливу сукню до шкільної вечірки, причому володарка наряду "від Матьє" ставала найбажанішою дівчиною свята. Природно, хлопці не могли йому пробачити загальної любові слабкої статі і в безсилій злості дражнили його "маменькиним синком"...

Величезну роль у долі юного Матьє зіграла його зустріч з Мішелем де Брюнноффом, головним редактором журналу "Вог". Саме він, побачивши оригінальні ескізи 17-річного Сен-Лорана, порадив йому отримати диплом фахівця з костюмів. Ів не втрачав часу задарма і в 18 років одночасно з 16-річним Карлом Лагерфельдом розділив першу премію на Міжнародному конкурсі молодих дизайнерів, організованому Профспілкою виробників вовни, за створену ним сукню для коктейлів. (До речі, інша майбутня легенда Високої Моди П 'єр Карден переміг тоді в номінації "Пальто".)

Після цього першого успіху саме де Брюннофф сприяв визначенню юного дарування в Будинок моди самого Крістіана Діора. Так він став "принцом спадкоємцем"...

Найбільш революційним нововведенням Сен-Лорана було те, що він, дивно тонко відчуваючи жіноче тіло, прославив його у своїх моделях. Не

позбавляючи їх елегантності, він надав їм спокусливість. У результаті в 1966 році його зухвало сексуальна прозора гофрована блуза призвела до скандалу в США. Дам у вбраннях від Сен-Лорана не пускали в респектабельні нью-йоркські ресторани і готелі. Кутюр 'є це не зупинило і він незабаром оголив груди своїх моделей.

Перед жінками в новому варіанті дамського смокінгу знову закрилися всі двері, однак якщо пані знімали штани і залишалися тільки в жакеті, проблем не виникало: краще суперміні, ніж штани.

У своєму інтерв 'ю американському журналу "Вог", Лоран так пояснював свій погляд на чоловічий костюм для жінок: "На мене справила величезне враження фотографія Марлен Дітріх у чоловічому костюмі. Жінка, що одягається, як чоловік, - у смокінг, блейзер або морську форму, - повинна бути неймовірно жіночною. Вона повинна бути чарівною і витонченою навіть у найменших деталях ".

В результаті в різний час у нього одягалися такі дами з вищого товариства, як герцогиня Віндзорська, Марі-Елен Ротшильд, Палома Пікассо, кінозірка Голлівуду і Велика княгиня Монако Грейс Келлі, Крістіна Онассіс, Ненсі Кісінджер. А суперскритна, таємнича, але дуже ревнива до чужої слави Катрін Деньов навіть дозволила собі так висловити своє захоплення Івом: "Я хотіла б бути оголеною під його вбраннями, всім тілом відчуваючи шовковистість їх підкладок. Сукні Сен-Лорана приносять мені насамперед фізичне задоволення ". Важко що-небудь доба-зити до такої характеристики таланту модельєра, сказаної вустами не тільки однієї з найкрасивіших жінок XX століття, але і жінки, яка винаходила свою "іменну" зброю в боротьбі зі старінням шкіри: спецкрем з таких екзотичних речовин, як розтертий в порошок малахіт, витяжка з кісток тигра і... котячий послід.

До речі , ставша, подібно до Одрі Хепберн у Юбера де Живанші, з середини 60-х гг., музою Сен-Лорана, Катрін Денев незмінно прикрашала перший ряд під час його показів. Приблизно з цього часу знамениті зірки екрану стали неодмінними жителями дефіле. А іменні, впізнавані за почерком вбрання - практично уніформою цих "глядачів"...

Більш ніж якийсь дизайнер одягу його покоління, Ів Сен-Лоран визначав гардероб жінки 2-ї половини XX століття. Він створив для них "чоловічий стиль": жіночий смокінг і фрак, блейзер і брюки, брючний костюм і міні-спідниці, "мондріанівські" сукні-квадрати, сукні трапеції і сорочки сафарі з накладними кишенями, прозорі кріпдешинові блузки з легковажними

комірцями і краватками, куртки-бушлати (сукня в квіточок плюс широкоплечий піджак), "пристойні" сукні для сімейних урочистостей і брючні костюми для ділових нарад.

Його одяг - завжди набір елементів, достатньо класичних, щоб не здаватися старомодними: надівши його піджак десятирічної давності, ви виглядаєте дуже сучасно. Ви можете бути повною або худою, високою або маленькою, але з ним ви завжди виявляєтеся такою, якою потрібно.

Неповторний колорист, Ів Сен-Лоран зробив чорний, дотоле суто урочистий колір найбільш універсальним і змусив повірити в те, що він хороший для будь-якого віку і будь-якої ситуації. Чого варті одні тільки чорно-рожеві мережива від Сен-Лорана, які зробили нечуваний фурор і справжнє сум 'яття в жіночих серцях. Мода на чорний оксамит теж асоціюється з його ім 'ям. Серед усіх кутюр 'є XX століття саме він наділений найбільш бездоганним почуттям кольору. Ніхто, крім нього, не ризикнув би поєднувати жовтий з ліловим або помаранчевий з червоним і рожевим, домагаючись при цьому абсолютної гармонії.

До речі, коли було потрібно, болісно сором 'язливий Сен-Лоран вмів... шокувати, йти наперекір традиції, причому роблячи це виключно елегантно. Так сталося з рекламою його першого чоловічого парфуму в 1971 році. Він позував абсолютно оголеним. Це фото стало неймовірно знаменитим, воно шокувало всіх і створило нові стандарти в рекламі: до Сен-Лорана чоловіча оголена натура була відсутня в рекламі. Після цього інші відомі дизайнери теж рекламували свою продукцію самі - правда, оголитися ніхто з них не ризикнув...

У 1976 році Лоран випустив свою найзнаменитішу колекцію "Російські балети" або "Російські сезони", - барвисті вбрання в селянському дусі. Ця колекція не була випадковістю. Лоран не раз наголошував, що все російське для нього дорого - мистецтво, музика, музеї, природа і особливо жінки. Вони - на його думку - найкрасивіші. Недарма директором Будинку моди Лорана багато років була російська аристократка і дивовижна красуня Елен Строганофф-Люденгаузен. "Російські балети" назвали революційною колекцією, що змінює напрямок моди в усьому світі ". Сам Сен-Лоран вважав її якщо не найвдалішою, то, безумовно, найкрасивішою його колекцією. Пишні спідниці, шалі, блузи, папахи і чоботи відразу увійшли в моду. Потім пішли "Іспанки Веласкеса", "Китаянки з Імператорського палацу" (де він вперше поєднував жовтий з ліловим, а помаранчевий - з червоним), дами-гангстери і дівчата в сукнях з голубами Пікассо. Критики звинуватили кутюр

'є в надмірній театральності. А він не звертав на це уваги і продовжував творити...

Саме Сен-Лоран виконав 30 січня 1958 року останню задумку Діора - модель із силуетом під назвою "Трапеція". Вона мала надзвичайний успіх. Але хмари вже згустилися над молодим кутюр 'є. Він був занадто молодий для метра, йому заздрили, до того ж у нього явно не вистачало сил "тримати у вузді" величезний (1200 осіб!) штат співробітників імперії Діора. І ось справжній господар Будинку моди Діора - текстильний магнат Марсель Буссак став сумніватися в творчому напрямку, який вибрав молодий Ів Сен-Лоран: "Занадто мало тканин він використовує, занадто чисті і суворі лінії його костюмів. Безперечно, вони елегантні, він не такі розкішні, як у Діора! " Не зрозумівши і не оцінивши Лорана, Буссак не відстояв модельєра, коли того в 1960 р. закликали в армію боротися з алжирцями, які відстоювали свою незалежність. Так Сен-Лорана "пішли" з Будинку моди Діора.

Через деякий час, відкриваючи за підтримки свого кращого друга П 'єра Берже на початку 60-х рр. Свій Будинок моди, Лоран оголосив: "Я перейшов зі світу тканин і пропорцій у світ силуетів і ліній". По суті справи це був поворот до моди "прет-а-порте", що "набирає обертів", а Будинок моди Сен-Лоран з мережею магазинів готового одягу "Рів Гош" незабаром за популярністю далеко випередив Будинок моди... Діор.

Ів Сен-Лоран, людина складної долі [призов в армію з поста художнього керівника Будинку Діора через війну в Алжирі, викликана жахами війни глибока депресія, як результат - різка втрата ваги (він важив 40 кг) і довге лікування], боготворим жінками різного віку. Він же найбільше любив одягати жінок, які жили і живуть поза модою: Ліллю Брік, Марлен Дітріх, Катрін Деньов. Тому він може дозволити собі сказати про сучасну жінку: "Я придумав її Минуле, подарував їй Майбутнє, і так буде навіть після моєї смерті". Єдине, про що він, за його словами, шкодує, що не він винайшов джинси...

До речі, якщо вірити легенді, то знаменитий хитромудрий логотип Сен-Лорана - "YSL" - виник випадково. Якось сидячи з приятелем в одному з відкритих паризьких кафе, Ів Сен-Лоран розсіяно креслив кінцем виделки на серветці в очікуванні вечері. Початкові літери його імені самі собою накладалися одна на іншу, утворюючи затейливу в 'язок. "Ось тобі і емблема твого Будинку моди", - вигукнув приятель. Втім, є й інші трактування цієї знаменної події.



логотип

У 1983-1984 рр. Сен-Лоран першим з дизайнерів за життя удостоївся ретроспективи в нью-йоркському музеї Метрополітен. Коли урочисто святкувалося 40-річчя творчості YSL, були випущені обмежені серії парфумів і макіяжу від YSL "In Love Again" і "Vice Versa" - їх популярність побила всі рекорди.

У 1999 р. старіючий метр передав прет-а-порте свого Будинку моди в руки Альбера Ельбаза якого незабаром змінив енергійний і прагматичний американець Том Форд. В руках маестро залишився тільки Від Кутюр. Але на самому початку 2002 року великий кутюр 'є оголосив про свій відхід з Високої Моди.

Одна з найбільш скандальних і епатуючих публіку сучасних дизайнерів англійка Вів 'єн Вествуд часто говори-що Сен-Лоран - єдиний дизайнер, чию роботу вона могла б обговорювати. І навіть сам "Кайзер Карл Лагерфельд погоджується: "Він робить чудові речі". Ів Сен-Лоран залишив слід в історії моди завдяки здатності "овіщати" ідеї та настрої часу. Змішуючи чоловіче і жіноче, він йшов по стопах Коко Шанель. Недарма в 1968 р. сама Вічна Мадемуазель оголосила, що Сен-Лоран є її духовним спадкоємцем: Всі думають про швидкоплинність моди, а Ів Сен-Лоран думає про сучасний одяг для жінки другої юловини XX століття ". Як і Шанель, він багато чого взяв з чоловічої моди, але при цьому завжди вмів зробити мужеподібне еротичним. Легендарний головний редактор американського журналу "Вог" Дайана Вріленд так оцінила його внесок в історію моди XX століття: "Коко Шанель і Крістіан Діор - титани, а Сен-Лоран - це геній".

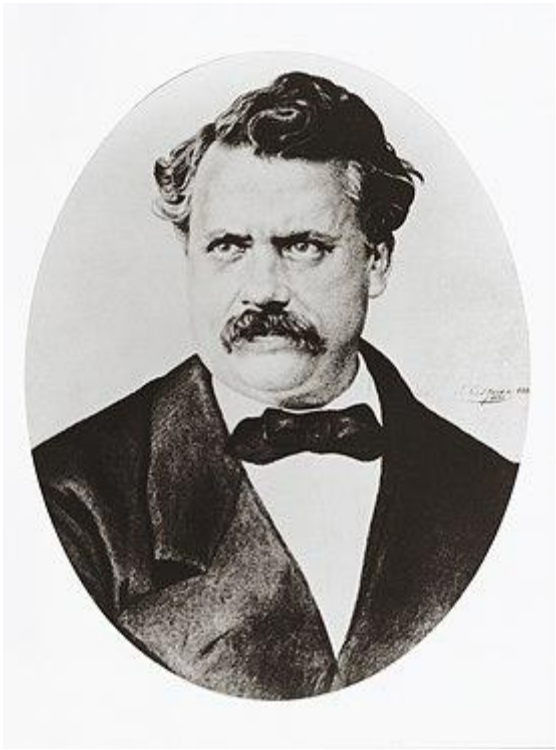
У 2008 році Ів Сен-Лорана нагородили титулом Великого командора і в тому ж році 1 червня дизайнер помер. До сьогодні його марка випускає успішні

колекції і є однією з "люксових", працюючи під керівництвом інших талановитих дизайнерів.

ТЕМА 7

Будинок моди Louis Vuitton.

Луї Вюіттон народився 4 серпня 1821 року в глухому французькому селі Анше. Його батьки були звичайними селянами, і померли, коли Луї був ще підлітком. 13-річний хлопчик вирішив вирушити до Парижа. Пішки. Відстань від його села до столиці 470 кілометрів він подолав за два роки, перериваючись на зупинки, щоб підзаробити столяром або теслею де доведеться.



Луї Вюіттон

У Парижі Вюіттон майже відразу влаштувався підмайстром до знаменитого міського виробника скринь і валіз, пана Марешаля. 17 років Луї Вюіттон набирався досвіду і в 1854 відкрив власну майстерню. «Надійно пакує найтендітніші предмети. Спеціалізується на упаковці мод», - говорив напис на двері в ательє на вулиці Капуцинів. Але Вюіттон не хотів бути одним із сотні скриньок у місті — його метою було придумати щось принципово нове та революційне, щоб завоювати серця всіх заможних туристів.

І це йому вдалось. У 1858 році він випустив Trianon Trunk - першу валізу з каркасом з тополі і полотна зі спеціальним водонепроникним просоченням. Ще однією конкурентною перевагою валізи LV перед іншими були плоскі верх і низ: заокруглені кришки всіх попередніх моделей не дозволяли ставити одну валізу на іншу, що викликало труднощі при транспортуванні - Trianon Trunk одним махом вирішив цю проблему безлічі мандрівників.

У ательє Вюїттона відразу з'явилося багато шанувальників, у тому числі в знатних колах. Найвпливовішим амбасадором валіз Луї стала дружина Наполеона III, імператриця Євгенія. Завдяки її відданості бренду ім'я Луї Вюїттона дізналася не лише вся паризька еліта, а й аристократія з інших європейських країн. Вони оцінили і наступні гучні винаходи і патенти майстра: ліжко-багажник, валіза-гардероб, пружинний замок, і, звичайно, бежево-коричневу клейончасту тканину дамі з шаховим принтом. Останні роки Луї працював разом із сином Жоржем — той прийняв на себе керівництво брендом, коли 1892 року батько помер.

Після смерті отця Жорж насамперед вирішив увічнити пам'ять про нього та заодно захистити бізнес від численних підробок. Обидві ці завдання повинен був вирішити логотип, що з'явився в 1896: схрещені ініціали засновника LV і три квіткових мотиви. Наступним важливим запуском стало створення сумки Steamer. Як і валізи, її початкове призначення було виключно функціональним — вона розроблялася як мішок для брудної білизни всередині валізи. Але модель вийшла настільки вдалою з погляду дизайну, що стала самостійним модним аксесуаром, який перевидається досі.

На початку XX століття, коли у всього вищого суспільства з'явилася нова обсесія — автомобілі, — Louis Vuitton одразу розглянули у цьому винаході вільну нішу, яку поспішили миттєво заповнити: для транспорту були потрібні нові види багажу. Майстри будинку відповіли на цей запит спеціальною сумкою, яка могла зберігатись усередині запасного колеса.

У 1934 році свою роль у долі LV зіграла Коко Шанель - але не як дизайнер, а як клієнтка: вона звернулася до майстерні Вюіттон з проханням створити для неї сумку. Так з'явилася модель Squire, яка 1955-го перетворилася на сумку Champs-Élysées, а 1992-го — на класичну модель Alma.

У 1936 році помер Жорж Вюіттон, і справа перейшла до рук його сина Гастона-Луї Вюіттона. Той, втім, давно готувався стати наступником і ще за життя батька розробив кілька ходових моделей, одна з яких — циліндрична Keepall для подорожей, винайдена 1930-го, — і зовсім стала культовою. Отже, вступаючи в права спадкування, Гастон-Луї вже знав, що робити, і продовжив поступово розвивати бізнес. Незабаром з'явилася й зменшена версія Keepall, Speedy. Здавалося, менше вже не може бути, але тут із проханням зробити Speedy ще компактнішою звернулася актриса Одрі Хепберн - відповіддю на її запит стала Speedy 25.

Якби з усіх предметів Louis Vuitton треба було вибрати один, який став би символом бренду як свята розкоші, це була б сумка Noe, яка з'явилася 1932-го. Вона замислювалася як мішок для шампанського, але, як і багато інших винаходів LV, отримала ширше застосування

Про роки Другої світової війни у Louis Vuitton згадувати не люблять — співпраця з режимом маршала Петена кинула тоді тінь не лише на славний бренд, а й на мільйони французів. Після війни LV швидко повернулися в дію: у 1950-ті з поверненням масових авіаперельотів зростав і попит на вироби бренду. А в 1966 році з'явилася ще одна культова модель марки - міні-сумка циліндричної форми Papillon, яка полюбилася іконі 1960-х Твіггі, а за нею і всьому світу.

З 1970 року, після смерті Гастона-Луї, управління компанією взяв на себе його зять Анрі Ракам'є. Він не здійснив революції в плані дизайну, зате значно розширив міжнародну присутність бренду, відкривши магазини у всіх світових столицях, у 1984 році він вивів компанію на біржу, а ще через два роки заклав ще одну цеглу в фундамент майбутньої величі — в рамках диверсифікації бізнесу 1986-го Louis Vuitton придбали четвертого найбільшого виробника шампанського - Veuve Clicquot.

нарешті, 1987-го сталося злиття Louis Vuitton з французькою люксовою компанією MH (Моёt Hennessy), і з'явився LVMH — один із двох найвпливовіших модних конгломератів у світі. Через три роки після злиття, вперше за 136-річну історію бренду Louis Vuitton очолив чоловік, який ніяк не пов'язаний із родиною засновників. Посаду генерального директора зайняв

Ів Карсель. 1993 року він випустив першу колекцію чоловічих аксесуарів Taiga, присвячену російській культурі, а 1997-го ввів у компанії посаду креативного директора і запросив на посаду молодого американця Марка Джейкобса. Для бренду це був момент переродження — щонайменше тому, що з приходом Джейкобса він став не просто модним брендом аксесуарів, а й модним брендом одягу: дебютна колекція Марка Джейкобса для Louis Vuitton стала дебютом LV у прет-а-порті. Ів Карсель залишався у раді директорів LVMH до 2012 року, а потім став головою Fondation Louis Vuitton.

До приходу в Louis Vuitton Марк Джейкобс вже встиг навести шум у модній індустрії. Наприклад, випустив гранжеву колекцію весна 1993 року для американського бренду Perry Ellis — сьогодні вона вважається історичною, а на той момент багатьом видалася надто провокаційною. У тому числі й керівництву Perry Ellis, звідки Джейкобса одразу після шоу звільнили. А ось із Louis Vuitton у Марка все склалося вдало: у компанії він пропрацював 16 років. Дизайнер хвацько комбінував мінімалізм, що панував у 1990-і, зі сміливими кольоровими і силуетними рішеннями, балансуючи на межі кемпа.

А ще з Марка Джейкобса у LV почалася епоха колаборацій із художниками. Першою стала співпраця з художником та дизайнером Стівеном Спраузом у 2001 році. Ледве умовивши керівництво бренду на такий експеримент, Марк і Стівен показали колекцію класичних сумок та валіз, розписаних графіті кислотних кольорів. Ризик був виправданий - за предметами з колаборації вишиковувалися черги. Наступною стала спільна колекція з Такасі Муракамі 2003-го. Різнокольорова монограма, наївні принти у вигляді вишень і рожевих кольорів настільки закохали модну спільноту, що лінійка Murakami залишалася у продажу 13 років.

Для спільної творчості Джейкобс завжди вибирав найяскравіших героїв та антигероїв світу мистецтва. 2012-го Louis Vuitton представив колекцію з японською художницею Яєї Кусамою, яка розфарбувала сумки, одяг та аксесуари фірмовим психоделічним принтом у великий горох. Також Джейкобс встиг попрацювати з фотографом Сінді Шерман, режисером Софією Копполою, художниками Джеффом Кунсом і Річардом Прінсом — з останнім вони зробили один із найпомітніших показів в історії будинку.

Марк Джейкобс у принципі перетворював кожне шоу на театральну виставу: моделі то спускалися ескалатором, то каталися на дитячих каруселях, то блукали в декораціях старого вокзалу, то виходили з готельних номерів.

Рекламні кампанії LV за Джейкобса теж були видовищними, особливо в тому, що стосувалося героїв. Якось дизайнер запросив у рекламну зйомку Михайла Горбачова.

У 2006 році Louis Vuitton вирішили розділити кураторство над лініями чоловічого та жіночого одягу, запросивши на посаду креативного директора чоловічого напряму Пола Хелбеса, який раніше відповідав за чоловічі колекції в Maison Margiela. Він перетворив класичні костюми так, щоб вони відповідали сучасному ритму життя, а також розширили лінію взуття та аксесуарів.

По-справжньому резонансною для чоловічого Louis Vuitton стала парафія у 2011 році Кіма Джонса — дизайнера, який «подружив» люксову моду зі стрітвіром. Він загравав із субкультурами, традиційною для модного будинку естетикою подорожей і, як і Марк Джейкобс, любив співпрацювати з художниками та дизайнерами. Кульмінаційним став 2017 рік, коли Джонс ініціював співпрацю Louis Vuitton та Supreme. Один із найгучніших стрітвір-брендів Supreme давно натякав на колаборацію з LV: 2000-го марка випустила деки, на які нелегально завдала логотипи Louis Vuitton (через що бренд на той момент з нею навіть судився). І ось через 17 років народилася одна з найуспішніших колаборацій в історії та стерла всі стереотипи про межі між високою та вуличною модою. Не кажучи про те, що Кіму Джонсу вдалося привернути до люксового бренду увагу мільйонів, що значно розширило аудиторію Louis Vuitton. 2018-го Джонс пішов з бренду, а на його місце покликали ще одного апостола хайпбістів — засновника Off-White Вірджіла Абло.

З моменту вступу на посаду Абло прагнув продовжити розпочату справу Кімом — максимально омолодити бренд, поєднуючи високу моду і стрітвир. Але від початку робота Вірджила викликала суперечки серед критиків та інших гравців індустрії. Дизайнеру довелося публічно вибачитись практично відразу після показу першої колекції осінь-зима 2019, присвяченої Майклу Джексону. Так вийшло, що прем'єра фільму «Покидаючи Неверленд», у якому співака звинувачують у педофілії, відбулася через тиждень після показу Louis Vuitton — у результаті речі з колекції зняли з продажу.

Ще один скандал пролунав після шоу весна-літо 2021. Тоді Абло звинуватив у плагіаті на свою колекцію осінь-зима 2016 один із членів «антверпенської шістки» Вальтер ван Бейрендонк. Підтримавши думку багатьох критиків, він заявив, що Вірджіл не є художником і навіть не дизайнером, і все, що він робить, — банальні спроби нажитися на чужому таланті. Цього разу Абло не

вибачався і відповів обвинувачеві в твіттері, що при роботі над показом звертався лише до архівної колекції Марка Джейкобса 2005 року.

2013 році Марк Джейкобс, залишившись у дружніх стосунках із керівництвом LVMH, залишив модний будинок. На його місце призначили випускника Balenciaga, дизайнера Ніколя Жеск'єра, який очолює жіночу лінію Louis Vuitton досі. Серед його винаходів — сумка Petite Malle, посилання до першої валізи, створеної самим Луї Вюіттоном, тільки в мікроформаті. Жеск'єр вправно поводиться з монограмою бренду, інтерпретуючи її нестандартними способами. Наприклад, 2014-го, з нагоди 160-річчя Louis Vuitton, він покликав різних метрів моди — Карла Лагерфельда, Реї Кавакубо, Марка Ньюсона та Крістіана Лубутена — щоб ті створили сумки з новою ітерацією LV.

Жеск'єр додав речам Louis Vuitton вуличного духу, хвацько перенісши монограми на тренчі та спортивні колекції. При ньому значно поповнився полк зіркових шанувальників бренду та їх стилістів — сьогодні серед друзів будинку найзатребуваніші актриси, наприклад, Емма Стоун, Ніколь Кідман, Дженніфер Коннеллі та Реджіна Кінг.

Відносини будинку Louis Vuitton з мистецтвом, які на початку нульових ініціював Марк Джейкобс, одразу підтримало й керівництво бренду: протягом багатьох років модний будинок курирував різні арт-проекти та філантропічні ініціативи. В 2006 глава LVMH Бернар Арно відкрив на Єлисейських Полях виставковий простір Espace Culturel Louis Vuitton. У певний момент колекція арт-об'єктів так розрослася, що їй знадобилося нове місце — ним став Fondation Louis Vuitton у Булонському лісі, відкритий у 2014 році. Будинок - сам по собі витвір мистецтва: це футуристичний архітектурний об'єкт, побудований великим Френком Гері. А у просторі Espace зараз знаходиться флагманський бутік Louis Vuitton.

Сьогодні в Louis Vuitton не тільки думають про те, як одночасно догодити і консервативним клієнтам, і хайпбістам, а й освоюють невідомі для люксової моди території: приваблюють геймерів, співпрацюючи з League of Legends, а заради спортивних фанатів колаборуються з NBA. При цьому Louis Vuitton все ще про високе — LVMH дбайливо зберігають статус бренду, який піклується про культуру і спадщину, то спонсоруючи реставрацію історичних будівель (як у випадку з La Samaritaine, що недавно відкрився), то ініціюючи міжнародні арт-проекти (той самий Вірджил Абло відчуває себе в колаборціях з художниками чи не вільнішими, ніж колись Марк Джейкобс). Сьогодні Louis Vuitton – це окремий всесвіт, субкультура та модний

феномен. Адже вся ця подорож почалася з однієї мрійливої і працьовитої людини рівно 200 років тому.

ТЕМА 8

Будинок моди Gucci.

Засновник модного дому — Гуччіо Гуччі. Він народився у 1881 році і вже з дитинства цікавився швацьким ремеслом. Гуччіо навіть хотів розпочати власну справу — відкрити майстерню для виготовлення упряжі для коней. Однак перша спроба виявилася невдалою, тому чоловік відправився до Лондона, щоб знайти роботу. Гуччіо працював у готелі Savoy — він виконував обов'язки ліфтера. Згодом чоловік повернувся до рідної Флоренції, щоб втілити свою юнацьку мрію знову. У 1921 році Гуччіо Гуччі відкрив майстерню та маленький магазин, щоб продавати валізи, сумки, аксесуари для подорожей, а також одяг для кінного спорту.



Гуччіо Гуччі

Чоловіку допомагали його сини — Альдо, Васко, Родольфо і Уго. Найбільше батьковою справою цікавився Альдо — він у 1933 році придумав дві переплетені букви G для логотипу модного дому. У 1937 році майстерня перетворилася на невелику фабрику і розпочала серійне виробництво жіночих сумок та рукавичок, а в 1938 році Гуччіо Гуччі відкрив магазин у Римі.

Під час війни Гуччіо Гуччі шив чоботи для армії, тому модний бренд не збанкрутував. Однак шкіри на жіночі сумки вже не вистачало — для них використовували парусину. Пізніше так і з'явився фірмовий принт бренду: з'єднані ромби темно-коричневого кольору, які утворювалися за допомогою тиснення на парусині.

Уже в 1951 році фірмовий магазин бренду відкрився в Мілані, а через два роки Альдо Гуччі наполіг на тому, щоб бутик з'явився в нью-йоркському готелі Savoy-Plaza. Однак батько вже не зміг прилетіти на відкриття.

Після смерті Гуччіо Гуччі Альдо отримав основний пакет акцій модного дому — він розвивав бізнес у Сполучених Штатах Америки і керував бутиком у Римі. Родольфо відповідав за міланський філіал Gucci разом із сином Мауріціо, а Паоло, син Альдо, розробляв креативні концепції бренду та працював у напрямку Gucci Parfums.

Сумки й взуття Gucci почали все частіше з'являтися у фільмах, і самі зірки кінематографу надавали перевагу виробам модного бренду. У «Римських канікулах» Одрі Хепберн носила шовковий шарф та фірмові лофери, а в «Подорожі до Італії» з'явилася створена ще в 1947 році шкіряна сумка Bamboo Bag. Пізніше її носили Елізабет Тейлор, принцеса Діана, а в 2021 році — Гаррі Стайлз.

У 50-тих роках Gucci створив культові сумки Horsebit 1955 та Constance (модель у 60-х роках отримала назву The Jackie — на честь першої леді США Жаклін Кеннеді).

Через високу впізнаваність та відкриття бутиків у всьому світі бренд почали масово копіювати. У 70-х роках Альдо Гуччі обмежив продаж речей після того, як японський турист придбав відразу 60 сумок. Фальшиві речі Gucci також не сподобалися спадкоємцю сімейного бізнесу, тому в бренду з'явився окремий відділ, представники якого мали знаходити шахраїв в кожній країні.

У 70-х роках акції модного дому поділили між собою Альдо і Родольфо. Але кожен у сім'ї Гуччі хотів отримати повноцінну владу над брендом. У 80-х роках помирає Родольфо, і його акції отримує Мауріціо. Він хоче змін для модного дому — як і Паоло, син Альдо. У 1984 році двоюрідні брати домовляються відсторонити Альдо від виконання своїх обов'язків і відправляють його до в'язниці, ще й звинувативши в несплаті податків. Водночас Мауріціо починає переховуватися у Швейцарії через проблеми з документами. Модний дім переживає занепад — його речі купують тільки через хорошу репутацію в минулому десятилітті.

Мауріціо вирішує придбати всі акції Gucci і стає єдиним спадкоємцем бренду — однак для цього він користується послугами інвестиційної компанії Investcorp. Через невміння вести бізнес чоловік банкрутує і продає своє володіння модним домом. З 1993 року акціями Gucci не володіє ніхто із сім'ї Гуччі. А в 1995 році Мауріціо помирає — його вбивство замовила колишня дружина Патриція Реджані.

Ще в 1989 році Мауріціо найняв Дон Мелло — головну дизайнерку бренду. Вона зменшила кількість магазинів модного дому з 1000 до 180, залишила 3 ліцензійні договори на окуляри, годинники та парфумерію і повернула Bamboo bag та лофери. У 1994 році Дон Мелло віддала свою посаду Тому Форду. Дизайнер запропонував провокативну, але не вульгарну концепцію Sex sells, і за рік прибуток модного дому збільшився вдвічі. У кінці 90-х років Том Форд робив усе можливе разом з генеральним директором Доменіко Де

Соле, щоб захистити модний дім від впливу концерну LVMH. Після того, як компанія встановила тотальний контроль над Gucci, дизайнер відмовився продовжувати контракт і вирішив звільнитися. Його фінальну колекцію розкупили за декілька днів.

Учениці Тома Форда, Алессандра Факкінетті і Фріда Джанніні, продовжили справу свого вчителя і транслювали його естетику. У 2015 році Фріду замінив її помічник Алессандро Мікеле — так він запровадив нову еру модного дому.

Дизайнер поєднав мотиви бароко, глем-року 70-х років, голлівудського гламуру 20-х років, античних сюжетів та китайської культури. Його модні покази — це обов'язково перформанс та відповідь на ті події, які відбуваються навколо.

Алессандро Мікеле запропонував новий формат модних шоу — онлайн-фестиваль Gucci Fest, у рамках якого зняв 7 фільмів і запросив молодих дизайнерів для створення авторських кінокартин.

До 100-річчя модного дому дизайнер організував шоу Gucci Aria і показав колаборацію з Balenciaga. А в колекції Gucci Love Parade Алессандро Мікеле звернувся до історії бренду та ніби зізнався в коханні золотій ері Голлівуду.

ТЕМА 9

Будинок моди Fendi.

FENDI

Fendi (італійська вимова: [ˈfɛndi]) — італійський будинок моди, що спеціалізується на випуску одягу, виробів зі шкіри та хутра, аксесуарів і парфумерії. Компанія входить до складу холдингу LVMH.

Історія знаменитого Будинку моди "Fendi" почалася в невеликої римської майстерні по виготовленню шкіряних виробів. У 1925 році Едуардо Фенді (Edoardo Fendi) і Адель Фенді (Adele Fendi) відкрили свій перший магазин з продажу фірмової продукції, яка відрізнялася високою якістю і ручною обробкою. Дуже швидко їх вироби стали користуватися підвищеним попитом.

У 1932 році подружжя відкрило перший хутряний салон. Завдяки традиційно високій якості і елегантним фасонам, шуби "Fendi" стали еталоном італійського стилю.

П'ять дочок Едуардо і Адель Фенді (Edoardo & Adele Fendi), після того як вони відійшли від бізнесу, стали продовжувати їх справу. Паола Фенді (Paola Fendi) відповідала за напрямок з вироблення хутра, Анна Фенді (Anna Fendi) займалася створенням нових колекцій, Альда Фенді (Alda Fendi) була комерційним директором, Карла Фенді (Carla Fendi) регулювала стратегією розвитку Будинку моди "Fendi", а Франка Фенді (Franca Fendi) спеціалізувалася на зв'язках з громадськістю (PR).



Сестри Фенді

У 1955 році Паола і Анна вперше представили свою колекцію з хутра та шкіри. Італійська публіка парирувала одноголосним визнанням професійної спроможності преемниц. Однак марка доти, була відома в основному тільки в Італії і, для того щоб вона набула міжнародну популярність, сестри

запросили відомого модельєра Карла Лагерфельда (Karl Lagerfeld). Як показує час - це було історичним, стратегічно вірним рішенням. Про Будинку моди "Fendi" поступово дізналися по всьому світу.

Карл Лагерфельд (Karl Lagerfeld) змінив концепцію всіх колекцій Будинки. Головний акцент був зроблений на виробах їх хутра і шкіри. Колись шикарні громіздкі шуби стали витонченими і легкими, збагатившись багатою палітрою кольорів і поєднаннями різних видів хутра. Дизайнер постійно вносив різні інноваційні елементи, які виділяли продукцію Будинку моди "Fendi" серед інших. Творчий союз з сім'єю Фенді виявився вдалим ще й тому, що Паола Фенди готувала величезний асортимент незвичайних матеріалів, які створювалися на основі останніх досягнень індустрії. В результаті, Карл міг нескінченно фантазувати, створюючи різні моделі, які часто грунтувалися на унікальних характеристиках тих чи інших матеріалів.

Крім усього іншого, з початку 70-х, Карл Лагерфельд (Karl Lagerfeld) почав розробку жіночій лінії одягу класу "Pret-a-Porte", а також колекції аксесуарів.

80-ті ознаменувалися значним розширенням напрямків діяльності Будинку моди "Fendi". До цього продукція Будинки призначалася для забезпечених людей старше 30 років і, для залучення нової цільової аудиторії, потрібно запустити молодіжну лінію "Fendissimo". Практично одночасно була презентована меблева лінія "Fendi Casa".

У 1984 році починається випуск лінії сонячних окулярів, джинсів і шарфів. У 1985 Будинок моди "Fendi" представляє парфумерну лінію з флагманським ароматом "Fendi". Через п'ять років був випущений новий аромат "Fantasia", потім в 1996 році - "Life Essence", в 1998 - "Theorema", в 2001 - "Theorema Uomo" і багато інших.

У 1990 році Будинок моди "Fendi" вперше, за свою 65-ти річну історію, презентує лінію чоловічого одягу.

У 90-е потенціал Будинку моди "Fendi" оцінили "Prada" і "LVMH", викупивши в 1999 році 51% акцій у власників. Однак, згодом компанія "Prada" поступилася свій пакет акцій "LVMH".

Карл Лагерфельд (Karl Lagerfeld) був дизайнером лінії жіночого одягу. За чоловічу лінію і аксесуари відповідає Сільвія Фенді (Silvia Fendi), яка зараз відповідає і за жіночу лінію.

Будинок моди "Fendi" постійно розширюється і на даний момент по всьому світу працюють більше 100 фірмових бутіків.

ТЕМА 10

Будинок моди Dolce & Gabbana.

D&G, Dolce&Gabbana – бренд одягу й взуття, аксесуарів і парфумерії, що з’явився в 1985 році у Мілані. Творці корінні італійці – Доменіко Дольче – виходець із Сицилії й Стефано Габбана – народився на півночі Італії.



Стефано Габбана та Доменіко Дольче

Біографія Домініко Дольче:

Народився 13 серпня 1958 року у передмісті Палермо – батьківщині коза ностри. Його родина володіла маленькою швейною фабрикою, однак жили вони досить скромно, дуже скромно. Як говорять, його мати працювала керуючим магазином нижньої білизни й будинку, іноді доношувала старі речі батька, тому доходи родини не дозволяли Домініку в дитинстві мати безліч іграшок і жити безтурботним життям. У Сицилії дуже бережно ставляться до спадку батьківської справи, або до справи родини, тому Домініку була уготована доля стати керуючим фабрики й тому він з 6 років там уже працював.

Талант до шиття в Дольче був з раннього дитинства, його навіть називали Моцартом швейної справи. Улюбленим хоббі хлопчика було пошиття мініатюрних платтів і костюмів.

Після школи, всупереч очікуванням батьків, а очікували вони що Домінік стане управляти фабрикою, він пішов в університет, який кинув через рік. Як він говорив, там було дуже нудно. Після університету майбутній дизайнер пішов у художню школу, після закінчення якої поїхав у Мілан.

Біографія Стефано Габанна:

Він зовсім повна протилежність Дольче. Народився Стефано Габбана (Венетіан), у листопаді 1962 року, у багатій родині на півночі Італії. Хоч він і був позашлюбним сином одного з найвідоміших стилістів Мілану, однак грошей йому давали не мало, так що юнакові не становило складності бути модником. Йому подобалася марка “Фіоруччі”, що відноситься до преміум

сегменту золотої молоді й він на початку кожного сезону купував там по новій одежинці. В одному з інтерв'ю Габанна сказав: "Але я й думати не міг, що створення одягу стане моїм власним бізнесом".

У Стефано з дитинства була тяга до малювання. Пізніше в Мілані він вивчав графічне мистецтво на відділенні графіки й дизайну художнього коллежа й працював художником-графіком. Коллеж Габбана закінчив, одержавши спеціальність "Креативний директор", але так їм і не проробив ні дня.

Зустріч Дольче й Габанна.

Відбулася вона в Мілані, в одному ательє, де обоє працювали асистентами. На подив вони знайшли багато спільного. Їх поєднували такі моменти як любов до епохи барокко й італійським класичним фільмам 1950-1960-х років. І зараз їх надихають на творчість улюблені режисери й акторки – Вісконті, Де Сіка, Роберто Росселіні, Софі Лорен, Джіна Лоллобріджіда, Ганна Маньяні. І тоді молоді люди вирішили спільними зусиллями спробувати себе у світі моди.

Власна студія ательє.

На початку 80-х партнери відкривають спільну малюсіньку студію в центрі Мілану, створюють і фінансують перші свої колекції. Грошей часом не вистачало навіть на їжу – Дольче й Стефано харчувалися рисовою кашею. Спільно відкрита в 1982 році студія після дворічної роботи асистентами дизайнерів випускала досить цікаві моделі. Один з перших показів ательє пройшов у досить нестандартному місці – одному з міських кафе. В 1985 році молоді люди одержали пропозицію прийняти участь, як молоді дарування, у справжньому показі моделей Milano Collezioni. Успіх їхньої колекції був неймовірний, модельєри показали одяг для "справжньої жінки – гарної, сильної, але не ідеальної". В 1986 році Дольче й Габбана представляють свою колекцію в шоу Real Woman. В 87-ом року студія дизайнерів переїжджає на нове місце й у серпні в них з'явився перший власний магазин. В 1988 році був підписаний договір з японською Onward Kashiyama Group – це дозволило продавати їхню продукцію на "незайманому", не розніженому європейською розмаїтістю ринку моди – у Країні висхідного сонця. В 89-ом – виходить перша колекція жіночої нижньої білизни й купальних костюмів, а в 90-ом року виходить і серія чоловічої білизни. У них стали одягатися зірки – Іггі Поп, Вуді Харрельсон, Стінг (останній навіть знявся в їхньому одязі у фільмі Quadrophenia). Далі почалося відкриття серії бутиків у Мілані, Гонконгу, Сінгапурі й Сеулі. Популярність

дуету все зростає, чотири роки – з 1990-го по 1994-й рік – вони є консультантами Complice. Сфера діяльності дизайнерів поступово розширюється

Перший аромат

В 1992 році D&G випускає перший аромат, що назвали просто й невибагливо Dolce & Gabbana Parfum, він відразу ж завоював популярність у жінок, а в 1993 році одержав премію від Міжнародної академії парфумерії. До 94 року в наборі Dolce&Gabbana з'являються джинси, аксесуари й колекція стильних окулярів. В 1996 році дизайнери випустили перші чоловічі парфуми. Стильні й елегантні, вони відмінно підходять для молодих людей, що стежать за віянням моди.

Цікава Мадонна

D&G створюють колекцію для світового турне Мадонни, котру обоє обожнюють і відзиваються про неї не інакше, як "наш друг, наше захоплення й наше натхнення". Щоправда, з нашумілої колекції для знаменитої поп-співачки в дизайнерів вийшов невеликий конфуз. Для свого кумира вони зробили 1500 костюмів у рекордно короткий термін – менше ніж за два місяці. Причому більшість із них було зшито й оброблено вручну. Коли ж колекцію здавали піднесеній замовниці, виявилося, що в контракті не була обговорена сума гонорару. Виходило, що дизайнери працювали майже даром. Але самі модельєри в таких ситуаціях не засмучуються, про що свідчить їхнє висловлення: "Можливо, ми не думає про вартість нашої праці тому, що вже давно заробили набагато більше грошей, ніж здатні витратити".

Нові лінії, розвиток бренду

З 1994 року в їхній асортимент додається джинсова лінія, аксесуари й окуляри. Тоді ж D&G уперше створюють колекцію для молоді. З тих пір молодіжна лінія стає уніформою для молодих людей усього світу. Марка стала настільки популярна, що підробки фірмового знака стають щоденністю.. В 1996 році дизайнери створюють легендарну колекцію Animal Prints, що затвердила у світі моди "тваринну" розцвітку.

Модельєри готовлять приблизно тринадцяти колекцій у рік, і в кожній з них є знахідки, які можна назвати новаторськими в міжнародній моді. Кращим вважаються сукні та колекції весна/літо 1990 року – саме тоді з'явилося чорне сукня -бюст'є. Автори моделі так прокоментували своє дітище: "Цю сукню можна вважати квінтесенцією стилю Дольче й Габбана. Нам безумно

подобається об’єднувати святість і спокусу. Корсетний верх – це спокуса, а чорна шаль ручної роботи – наївність”. В 1995 році затвердили стиль lady-like, який підкорив увесь світ. На подіумі манекенниці демонстрували дівчаток з акуратними зачісками, одягненими в скромні чорні костюми. Колекція весна/літо 1996 року продемонструвала світу сукні-каптани. Довгі, до підлоги, чорні сукні без рукавів з каптурами й високими розрізами з боків, на шиї – чорні шарфи. Цей одяг настільки всіх підкорив, що на сукні-каптани зробили замовлення 650 магазинів з Європи, Америки й Австралії.

Дизайнери постійно шукають нові можливості для самовираження. В 2002 році на аукціон виставки “Мотор Шоу” у Болоньї був проданий Citroen C3 під маркою Dolce & Gabbana. Після успіху цієї моделі Будинок моди й автомобільний концерн уклали контракт на випуск ексклюзивних машин серії C3 і C3 Pluriel. Салони машин прикрашені діамантами фірми Swarovski, для обробки використається шкіра найвищої якості від D&G. Крім цього, автомобілі мають багато не стільки функціональних, скільки дороги “прибамбасів”.

Разом, але вже не разом.

Проіснувавши два десятиліття, союз розпався. У свій час Дольче й Стефано заявляли, що хотіли б своїх дітей. Правда, дві “дитини” у їхньому будинку були – лабрадори (хлопчик і дівчинка), але дизайнерам хотілося більшого.

Доля розпорядилася інакше. З 2004 року союз Дольче й Габбана – лише діловий, але ніяк не інтимний. “На професійному рівні ми разом, наше співробітництво – це основа нашої імперії, наше взаєморозуміння дозволяє нам продуктивно працювати, а наше минуле назавжди з нами”, – заявив тоді в інтерв’ю з журналістам Доменіко.

ТЕМА 11

Дім високої моди Christian Dior.

Французький Будинок моди Christian Dior заснований 1946 року модельєром Крістіаном Діором і текстильним фабрикантом Марселем Буссаком. Біографія великого французького кутюр'є, який явив світові

абсолютно новий образ жінки − показник сили духу, твердості і завзятості, завдяки яким ім'я Dior нині відоме кожному.

Дитинство генія

Майбутній законодавець моди 50-х, засновник імперії Dior − Крістіан Діор, народився 21 січня 1905 року на північному заході Франції, в Нормандії. Невдовзі після народження Діора батьки купили будинок біля містечка Гранвіль, де і пройшли дитячі роки майбутнього Короля Високої моди. Крім Крістіана в сім'ї було ще четверо дітей, які росли в атмосфері безтурботного дитинства, оскільки Крістіан-старший був вельми забезпеченою людиною.



Крістіан Діор

Йому циганка ворожила

В дитинстві циганка наворожила Крістіанові, що він розбагатіє завдяки жінкам, отримає славу і буде подорожувати по всьому світу. Тоді це пророцтво лише викликало сміх його родичів. Діор же вірив у віщування, бо був забобонним до кінця свого життя. Але шлях до здійснення пророцтва був довгим і тернистим.

Роки навчання

В 1911 році сім'я переїхала на постійне проживання в Париж. Початкову освіту Крістіан отримав у домашніх умовах. Потім його направили вчитися в школу, де він виявив неабияку старанність і зразкову послушність. Єдиним

недоліком у поведінці Діора, як згадували його перші вчителі, були малюнки жіночих черевичок на високих підборах, які він робив на полях підручників.

Перша світова війна внесла сум'яття в життя мільйонів людей більшості європейських країн, і труднощі цього періоду торкнулися й родини юного Діора. Проте Крістіан продовжував здобувати освіту, не дивлячись на часті переїзди сім'ї.

Здавши іспит на бакалавра, Крістіан заявив батькам, що хоче продовжити навчання в Школі витончених мистецтв. Але батьки мали інші плани щодо подальшої освіти Діора-молодшого, вбачаючи в ньому майбутнього дипломата. Скорившись волі батьків, Діор вступає на навчання до Вільної школи політичних наук, проте доволі швидко залишає цей шлях. Його вабить живопис, і Діор весь свій час проводить у стінах музеїв, споглядаючи картини відомих художників та намагаючись опанувати секрети художньої композиції. Така поведінка сина розчарувала батьків, у розумінні яких він здавався їм недолугим невдахою і зовсім не пристосованим до життя.

Галерея мистецтв

Повернувшись до цивільного життя після недовгої служби в армії, Крістіан знову займається своєю улюбленою справою – живописом, музикою, мистецтвом. Важко сказати, що відіграло головну роль – поради друзів чи військова служба в інженерному полку, що розташовувався в Версалі, але згодом Крістіан Діор вирішує відкрити власну художню галерею, в якій планує виставляти картини художників та влаштовувати зустрічі з однодумцями - шанувальниками мистецтва - для обговорення світських тем. Для реалізації сміливої ідеї потрібні були кошти. І Крістіан змушений був звернутися за підтримкою до батьків. З першого разу йому відмовили і, тільки виявивши чи не вперше в житті неабияку наполегливість, Крістіан таки вмовив батька надати йому фінансову допомогу. В 1928 році Галерея зустріла перших відвідувачів, які мали змогу насолоджуватися творами таких великих художників сучасності, як Сальвадор Далі, Пабло Пікассо і Жен Кокто.

Перші виставки пройшли досить вдало і в перспективі Галерея могла принести фінансовий успіх. Це до деякої міри заспокоїло батьків Діора і дозволило йому повністю зануритися в улюблену справу. Але ідилія тривала недовго.

Розбите дзеркало долі

Настав час розплати за безтурботне дитинство і юність. Розбите поривом сильного вітру фамільне дзеркало в сімейному маєтку віщувало молодому Крістіанові життєві негаразди. І вони не забарилися.

Чорна смуга в житті Крістіана розпочалася в 1931 році. Спочатку до закритої психіатричної клініки потрапив його молодший брат, де згодом і провів усе своє життя. Слідом за ним захворіла мати. Важка й невиліковна недуга невдовзі звела її в могилу. Сімейні негаразди підірвали здоров'я батька, який захворів на туберкульоз, а через деякий час, ставши жертвою шахрайства, зазнав повного банкрутства.

Втративши фінансову підтримку батька, Крістіан змушений був закрити свою Галерею і, намагаючись кинути виклик долі, робить дуже нерозважливий та вкрай небезпечний крок. Перебуваючи під впливом лівих ідей, Крістіан разом з друзями вирушає в Радянський Союз.

Повернення на батьківщину супроводжувалося різними труднощами, а вдома Діора очікували нові розчарування й негаразди. Доля продовжувала випробувати його на міцність і посилати одні за одним випробування. Через фінансові проблеми сім'я Діора втрачає житло в Парижі і повертається в Нормандію.

Втрачені скарби

В цей складний період Діор робить вчинок, про який жалкуватиме потім все своє подальше життя – він продає за безцінь картини з своєї галереї. Шедеври Пікассо, Матісса, Сальвадора Далі та інших великих художників того часу були втрачені для Діора назавжди.

Діор закриває спорожнілу галерею, але нещастя в його житті цим не завершуються. Крістіана спіткає тяжка недуга і він змушений довго лікуватися.

Перші кроки до Олімпу

Поправивши своє здоров'я, Діор шукає роботу, щоб вижити. Але де її знайти, якщо довкола криза і вулиці заповнені безробітними. Намагаючись звести кінці з кінцями, Діор починає активно малювати ескізи одягу, суконь і капелюшків, які на початках з великими труднощами вдається продавати. З ранку до пізнього вечора він малює нові ескізи, день за днем удосконалюючи свої роботи. Так починалася кар'єра Крістіана Діора в царині моди.

Крістіан Діор пройшов досить довгий шлях до справи всього життя, яка згодом принесла йому популярність і неабиякий достаток. Протягом двох років він малював ескізи модного одягу та аксесуарів, заробляючи собі не тільки гроші, але й визнання. Та зрештою, Діора запрошують на роботу в Будинок моди Піге і після деяких вагань він приступає до роботи. Його моделі, придумані в ті часи, мають великий успіх, але настає 1939 рік, який приносить нову війну й нові поневіряння. Крістіан пережив важкі часи в пошуках свого місця в модельному бізнесі, який занепав у роки війни.

Кардинальні зміни в житті Крістіана Діора настали тоді, коли доля звела його з текстильним магнатом Марселем Буссаком (Marcel Boussac), який прагнув вдихнути нове життя в Будинок моди Гастон (Gaston). Це був унікальний шанс змінити все і одразу. Пересиливши свої страхи і зважившись на відповідальний крок, Діор пропонує Буссаку свої послуги та проект Будинку моди своєї мрії.

Союз митця і бізнесмена

Союз Діора і Буссака – це не випадкова удача для Крістіана, а результат його готовності до великої справи. Крістіан не був новачком у світі моди, але, незважаючи на це, йому довелося витратити багато сил, щоб зібрати команду професіоналів, відданих справі високої моди. На початках колектив Дому Christian Dior налічував менше 100 осіб, проте, завдяки зусиллям Діора, кожне місце зайняли справжні професіонали.

Буссак звільнив Діора від адміністративних обов`язків, повністю взявши на себе всі господарські й фінансові справи. Натомість, Крістіан занурився разом з командою в творчий процес. Відкриваючи свій Будинок моди, Діор, паралельно з одягом ризикнув відразу запустити лінію парфумерії, яка з часом стала найважливішою складовою бізнесу Christian Dior. Робота над створенням нових ароматів, дизайну упаковки та форми флаконів приносила кутюр'є не менше задоволення, ніж створення його улюблених суконь. Крістіану Діору належить відомий афоризм про важливість парфумерії: «Духи − це неперевершений відтінок жіночої індивідуальності, це останній штрих образу». В наші дні парфумерія від Christian Dior займає 4-е місце у світі за обсягом продажів.

Віват, Король, вітат!

Кажуть, що любов до своєї справи, помножена на працю, завжди приносить успіх. Свої сукні Крістіан Діор вважав ефемерними предметами, які покликані прославляти пропорції жіночого тіла. «Мої плаття, − висловився

якось Діор, − це моє життя, яким я живу кожного дня: з його почуттями, сплесками, ніжністю і радістю».

Перша колекція одягу Будинку моди Christian Dior під назвою New Look була представлена публіці 12 лютого 1947 року. Кутюр'є пропонував не просто новий погляд на моду завтрашнього дня - він змінював своїми сукнями моду і образ жінки. Розкішні сукні Діора не лише прикрашали жінок, вони робили їх по-справжньому жіночними і сексуальними. Діор щиро прагнув за допомогою суконь подарувати жінкам можливість стати красивішими, зробити їх щасливішими. Жінки відчули цю турботу і увагу, завдяки чому збулося пророцтво циганки про багатство, що прийшло через жінок.

Тріумф Christian Dior був блискучим. Разом з успіхом і появою багатства в житті Крістіана Діора почала збуватися і друга частина передбачення ворожки: Діор починає подорожувати світом, відкриваючи для себе нові країни і культури. Крім вражень від поїздок, Діор почерпнув для себе багато в плані професійної діяльності. Нові знання та навички, помножені на працю і любов Діора до суконь, множили його славу та фінансовий успіх.

Діор став Королем Моди, і вдягатися до нього приходили королеви: Фара Діба, герцогиня Віндзорська, Єва Гарднер, Інгрід Бергман, Марлен Дітріх, Лорен Бейкол.

Колекції множилися, а разом з ними продовжував розвиватися і Будинок моди: розширювалися майстерні, будувалися нові будинки. Відкривалися нові філії в інших країнах і континентах, зросла кількість працівників. Будинок моди вимагав від кутюр'є багато сил і часу. Працювати доводилося все більше і більше. В якийсь момент сили залишили великого кутюр'є, його серце зупинилося. Це сталося 24 жовтня 1957 року. У віці 52 років Крістіан Діор покинув наш світ. За кілька місяців до своєї смерті Діор написав: "Поява Високої моди виправдана двома причинами. По-перше, це справжній скарб працьовитих і чесних ремісників. Вона йде попереду часу, випереджаючи його, саме haute couture стане визначальною в модних тенденціях Парижа в майбутньому. Від дизайнера вона перейде в магазини і бутіки, потім − до виробників, а звідти "вийде" на вулиці і "захопить" всі вітрини. І тоді кожна людина, в залежності від свого гаманця, стане модною".

У фамільному маєтку в його рідному місті Гранвілі зараз відкрито Музей Christian Dior. Його щорічно відвідують десятки тисяч фанатів і просто туристів.

Спадок великого кутюр'є

Крістіан Діор залишив по собі велику спадщину і гідних продовжувачів своєї справи. З ним починали свою кар'єру такі великі дизайнери, як Ів Сен-Лоран, П'єр Карден і багато інших.

В жовтні 1996 року на посаду головного модельєра будинку Dior був затверджений Джон Гальяно, який працював на цьому посту до 2011 року. Завдяки йому Будинок моди Christian Dior отримав нове дихання. Від 2012 року головним модельєром Будинку став Раф Сімонс, а в 2017 посаду креативного директора посіла Марія Грація Кьюрі. Перша жінка дизайнер за всю історію існування будинку моди. Донині Будинок моди Christian Dior представляє колекції для чоловіків, жінок і дітей "від кутюр" і "прет-а-порте", а також випускає лінію косметики, парфумів і аксесуарів.

ТЕМА 12

Дім високої моди Hermes.



Будинок моди Hermes - один із найзнаменитіших і найстаріших паризьких Будинків. Сьогодні під маркою Hermes випускаються сумки, шовкові хустки, колекції одягу та взуття, парфуми, ювелірні прикраси та безліч найрізноманітніших аксесуарів, серед яких, звичайно ж, годинник.

Історія Будинку Hermes почалася в 1837 році, коли Тьєрі Ермес (Thierry Hermes) засновував на Великих Бульварах майстерню з виготовлення кінської упряжі. Продукція мала успіх і до 1855 року Тьєррі Ермес завойовує призове місце у своєму класі на паризькій виставці Expositions Universelles, а в 1867 році, на тій же виставці, отримує медаль першого класу. У 1879 році було відкрито перший бутік Hermes у Парижі.



Тьєрі Ермес

Син Тьєрі Ермеса, Шарль-Еміль Ермес, змінив батька на чолі фірми і в 1880 переносить її за новою адресою: Фобур Сейнт-Оноре, 24, де вона знаходиться і до цього дня. Шарль-Еміль розширив виробництво та додав до асортименту сідельне спорядження. Завдяки допомозі своїх синів, Адольфа та Еміля-Моріс Ермес, Шарль-Еміль робив поставки в елітні сім'ї Європи, Північної Африки, Азії та Америки. У 1900 році фірма Hermès представила сумку Haut à ourroies, спеціально спроектовану для вершників.

Після того, як Шарль-Еміль Ермес відійшов від справ, на чолі компанії стали два його сини, які перейменували компанію в Hermès Frères.

Еміль-Моріс був пристрасним мандрівником. Саме він відкрив нову сторінку у житті марки Hermes і зробив її такою, якою ми її знаємо. Під час подорожей Еміль шукав джерела найкращої сировини та нові ринки збуту. Одна з таких поїздок у 1918 році до Канади принесла Емілю-Моріс знахідку у вигляді застібки-блискавки. Оцінивши всю її зручність і функціональність, Еміль застосував її на ділі, так з'явилися одяг для гольфу на блискавці, а також дорожні сумки, що застібаються за допомогою блискавки. Пізніше Еміль викупив права на цю застібку, відтоді блискавка стала нерозривно зв'язуватися у французів з маркою Hermes, і навіть отримала назву "la fermeture Hermes", що означає "застібка Ермеса". Протягом 20-х років 20

століття Еміль-Моріс додає до фірмового асортименту товарів колекцію аксесуарів.

У 1922 році, після того, як дружина Еміля-Моріс поскаржилася на те, що вона ніяк не може підібрати собі відповідну сумочку, Hermes починає виробництво жіночих сумок. Сумки Hermes набули великої популярності. Обличчями марки мимоволі ставали найвідоміші жінки, які мають слабкість до продукції марки. Так, наприклад, у 1935 році з'являється шкіряна сумка Sac à dépêches (пізніше стала відомою як «Kelly bag»/«Сумочка Келлі»). Пізніше обличчям нової сумки з подвійною ручкою та застібкою у вигляді великої літери H стає Жаклін Кеннеді. І хоча офіційно сумочка називалася Constance, її все одно стали називати O-bag як відображення в ній нового прізвища Джекі - Онассіс. Пізніше амбасадорами марки ставали багато відомих актрис, таких як Джейн Біркін, Одрі Хепберн і Катрін Денев.



Сумочки Kelly та Birkin

У 1937 році було запроваджено виробництво знаменитих шовкових шарфів carrés.

Слідом за шарфами до французької культури стали проникати й інші аксесуари Hermès. У 1950-х роках у компанії з'являється власний логотип, на якому помаранчевою фарбою у прямокутній окантовці була зображена карета, запряжена конем.

З кожним наступним поколінням марка розвивалася в різні напрямки і, в результаті, почала займатися випуском годинників. Перший годинник цієї марки був випущений на початку XX століття.

У 1970-му році в Білі, Швейцарія, засновується філія з виробництва годинників – La Montre Hermès. Сьогодні Hermes бере участь у багатьох міжнародних виставках. Годинник бренду Hermes – квінесенція елегантності, гламуру та суворості. Годинникові колекції Hermes радують різноманітними дизайнерськими рішеннями та безліччю різних форм.

ТЕМА 13

Будинок моди Prada.

Створення бренду Prada датується 1913 роком. Двоє братів Маріо та Мартіно Прада відкрили магазин у великій торговельній галереї Вітторіо Еммануеля в центрі Мілана, світовій столиці моди. Торгувати стали виробами зі шкіри, дорожніми сумками, аксесуарами для подорожей і предметами розкоші. Якість виробів була високою. Брати використовували дорогу та екзотичну, м'яку шкіру моржа. Цей магазин у Галереї Вітторіо Еммануеля й досі належить родині Прада.

Брати назвали компанію просто — Fratelli Prada ("Брати Прада"). Протягом століть це був найбільш розповсюджений підхід у неймінгу. Завдяки милозвучності італійської мови назва вийшла вишуканою та яскравою.

Бізнес пішов успішно. Магазин незабаром став справжнім еталоном шопінгу для європейської буржуазії, а в 1919 році фірма стала офіційним постачальником Королівського Дому Савої.

Час минав, росли діти, старіли засновники бренду. Після смерті обох засновників жоден зі спадкоємців чоловічої статі не побажав продовжити справу. У 1958 році сімейний бізнес прийняла дочка Маріо Луїза.

1970 року колекції одягу від Prada стали продаватися не лише в Європі, але й в Америці. Вишукані аристократичні сумки, декоровані кристалами, а також прикрашені рідкісними породами дерева і панциром черепахи, стали незмінним символом розкішного способу життя. Однак, попри зовнішню привабливість, сумки від Prada здавалися дуже громіздкими, тому їх погано купували, а самій компанії загрожувала фінансова криза.

У 1978 році компанію очолила онука Маріо — Міучча Прада.



Міучча Прада

Міучча Біанкі народилася 10 травня 1949 року в Мілані. Вона виросла в багатому, традиційному італійському будинку разом із братом Альбертом і сестрою Мариною. Була середньою дитиною.

Її батько Луїджі “Джино” Біанкі був главою компанії, що виробляла промислові газонокосарки. Мати Луїза Прада була власницею розкішного модного бізнесу.

Свою незвичайність Міучча проявляла ще дівчинкою — ніколи не одягалася у сучасні модні речі, а її улюбленим місцем був блошиний ринок.

Вона навчалася в Міланському університеті на факультеті політології. У 1972 році захистила дві докторські дисертації й стала доктором політичних і філософських наук. Вступила в партію комуністів та активно брала участь у русі щодо захисту прав жінок.

Крім того, Міучча 5 років навчалася пантоміми та виступала у театрі Пікколо у своєму рідному місті.

А долучилася до сімейного бізнесу на посаді менеджера магазину у 1970 році.

У 1978 році вона стала власницею компанії та почала активно працювати над тим, щоб підтримувати бізнес на плаву, оскільки до цього моменту бренд Prada мав великі труднощі. Під власним брендом був тільки один магазин.

З усією енергією, талантом дизайнера та відмінною бізнес-освітою Міучча взялася керувати сімейною справою.

Тож у 1989 році бренд Prada випустив у світ першу колекцію жіночого одягу прет-а-порте.

Лише наприкінці 1980-х років вона взяла прізвище Прада. Підприємиця попросила свою незаміжню тітку по матері удочерити її, щоб офіційно володіти прізвищем. Приблизно в той же час Міучча зустрілася зі своїм майбутнім чоловіком і діловим партнером Патріціо Бертеллі, який допоміг відродити бренд і привести його до розквіту.

Високий рівень освіти жінки та прогресивні ідеали стали фундаментальними аспектами її дизайнерського стилю. Прада взяла на себе роль креативного директора бренду, а її чоловік подбав про комерційний бік компанії.

Дизайнерка вважала, що гламур та елегантність не повинні обмежуватися надмірно сексуальним підходом. Вона стала відомою своїми несподіваними та навіть ексцентричними рішеннями. Перше з них стало хітом свого часу — це був рюкзак з нейлону, матеріалу, в який зазвичай загортали дорогі шкіряні речі марки “Fratelli Prada”.

До речі, саме під керівництвом Міуччі бренд став називатися “Prada” і отримав свій відомий логотип.

Офіційний дебют виходу на подіум у Міуччі Прада відбувся під час сезону моди 1989 року.

В абсолютному контрасті з виразним та яскравим образом, який був популярним у 1980-і роки практично у всьому світі, Прада ввела поняття мінімалізму та стриманості. Чисті й прості лінії у поєднанні з тонкими ексцентричними деталями та використання розкішних тканин були відмінними рисами її дебютної колекції. Вони й досі залишаються філософією дизайну модного будинку.

Це було початком піднесення й влади Міуччі Прада, тому що в 90-і роки світ моди дійсно мав мінімалістичний вигляд. Бізнесвумен одягалися в стильні та елегантні костюми, зберігаючи при цьому свою впевненість і жіночність.

Подружжя масштабувало свій бізнес, відкриваючи по кілька магазинів на ключових міжнародних ринках і розширюючи свої пропозиції.

1993 рік ознаменувався випуском першої чоловічої колекції Prada та створенням бренду одягу Miu Miu. Саме так називають Міуччу найближчі друзі та рідні. Новий напрямок з простих кольорів і фасонів розробляється для молодих людей, які хочуть носити модний одяг, але не можуть собі дозволити витрачати на нього шалені гроші.

У 1997 році громадськості представлена лінія деніму Prada Linea Rossa, а у 1998 році лінія Prada Sport — одяг для спорту й відпочинку.

Портфоліо бренду постійно розширюється. Крім одягу та предметів розкоші в ньому постійно з'являються найнесподіваніші новинки.

У 2000 році дизайнерами розроблена перша колекція окулярів, а у 2004 — світу представлений перший аромат від Prada.

Через сім років спільно з LG Electronics Prada випускає телефон LG Prada. Через два — з'явилася нова модель телефону, яка підключалася до наручного годинника Prada Link. У 2011-му з'являється Android-смартфон LG P940 — третє покоління телефонів Prada.

У 2010 році компанія Prada придбала італійський бренд взуття Alberto Moretti Car Shoes.

Бренд зміцнив свій статус, коли у 2011 році актриса Ума Турман з'явилася на червоній доріжці 67-ї премії Оскар в лавандовій сукні від Prada. Серед акторів стало модним виходити на червону доріжку саме у Prada.

Той факт, що бренд міцно увійшов у категорію "брендів бажання" підтверджує тісна співпраця з Голлівудом, яка почалася у 1996 році зі створення костюма для героя Леонардо Ді Капріо у фільмі "Ромео + Джульєтта".

У 2006 році у світ виходить фільм "Диявол носить Prada", що зібрав у прокаті понад $326 млн. Головна героїня, яку зіграла неповторна Меріл Стріп, регулярно з'являється в кадрі виключно в одязі бренду.

Не менш знаменною подією стало створення костюмів для фільму "Великий Гетсбі". Для зйомок цієї картини дизайнерами Prada було створено близько 40 вбрань. У 2014 цей фільм отримав безліч нагород, серед яких Оскар за

“Кращий костюм”. Тоді ж модному бренду запропонували створити комплект валіз для зйомок “Готелю Гранд Будапешт”.

Prada також взяла участь у роботі над оперою “Аттіла” Джузеппе Верді в постановці Метрополітен-опера 2010 року та спектаклі “Любовна утопія” Менгу Джінху 2011 року.

У 1995 році Міучча і Патріціо заснували фонд сучасного мистецтва “Prada”, що став найбільш значущим в Італії. Культурна установа займається підтримкою та демонстрацією робіт сучасних художників в усьому світі.

Стараннями Міуччі Прада у світі мистецтва також були створені спільні проекти видатних художників і архітекторів, такі як Prada Marfa в Техасі, США та Prada Transformer в Сеулі, Південна Корея.

• У 1993 та 2004 роках жінка була визнана Радою дизайнерів Америки (CFDA) як міжнародний дизайнер року.

• 1998 рік — дизайнер була нагороджена італійською премією якості Леонардо (The Leonardo Qualità Italia).

• 1999 — Прада і Донателла Версаче розробили форму для футбольної команди Великої Британії “Manchester United”.

• 2005 — журнал Time включив Міучча Прада до 100 найвпливовіших фігур XX ст.

• 2010 — Прада отримала премію Американської академії в Римі за внесок у мистецтво.

• 2015 рік — нагороджена орденом “За заслуги перед Італійською республікою”.

Головним досягненням Prada у фінансовій сфері є вихід на IPO у 2011-му. Цього ж року компанія розробила форму італійської збірної з вітрильного спорту для Олімпійських ігор 2012-го.

Прада почала проникати й у світ гастрономії, придбавши Cova — міланський кондитерський магазин.

У 2012 році компанія повідомила про зростання доходів на 29%, а її продажі досягли €3,29 млрд за рік. Водночас Міучча зайняла 67-е місце в жіночій сотні Forbes.

ТЕМА 14

Будинок моди Alexander McQueen

Історія бренду Alexander Mcqueen починається 1992 року.

Життя Маккуїна до створення бренду

Олександр Маккуїн народився 1969 року в місті Луїшен, Лондон. Бренд починав скромно, коли Макквін закінчив престижний Центральний Сент-Мартінс. Його випускна колекція була відкрита впливовим стилістом Ізабелла Блау, і завдяки своїм зв'язкам в індустрії моди, Маккуїн поступово набуває постійних клієнтів і репутацію сміливого і зухвалого дизайнера, чиї презентації на подіумі змішують подив і скептицизм з неординарним мистецтвом. . У цей час світ моди побачив його епатажну колекцію і будь-яка людина, яка розуміється на прекрасному, не могла заперечувати талант молодого дизайнера.



Александр МакКуін

Унікальність бренду McQueen

Особливість бренду Маккуїна обумовлена традиційним британським пошиттям із Savile Row, а також вивченням вишуканих французьких методів високої моди (призначений креативним директором у Givenchy з 1996 по 2001 рік). Саме завдяки отриманню досвіду з цих модних будинків, Маккуїн навчився створювати зухвалий та епатажний одяг, який не залишає байдужим нікого, а також підкреслює найкращі частини людського тіла. У грудні 2000 року компанія Kering придбала 51% акцій компанії McQueen, але за умови, що Олександр збереже статус креативного директора та повний творчий контроль над створенням одягу.

Одразу після угоди з Kering Маккуїн полетів до Парижа для демонстрації нової колекції тижня моди. Завдяки фінансовій підтримці компанія показала публіці не тільки предмети одягу. Росли також і флагманські бутіки Alexander McQueen – відкривалися у міжнародних столицях моди, таких як Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Токіо та Мілан.

Спільні роботи бренду

Крім одягу, дизайнер представив парфуми та аксесуари. У липні 2006 року було випущено “бюджетну” лінію McQ, орієнтовану на набагато молоду аудиторію з нижчими цінами, щоб розширюватися в усіх цінових сегментах.

Його колекція була включена в офіційний чоловічий одяг чоловічої демографії, який розпочався в сезон осінь/зима 2004 року. Модний будинок неодноразово колаборував із різними брендами – Target, MAC, PUMA, American Express та Unkle. Деякі предмети із колаборацій створювалися обмеженим тиражем.

Зрештою, різні стратегії просування, запропоновані Kering, допомогли McQueen підняти ім'я, профіль та естетику свого бренду для ширшої аудиторії, а також висококласних клієнтів, знаменитостей та поступово почали своє сходження до того, щоб стати повноцінним чином розкоші, який міг би дійсно змагатися у фінансовому та стилістичному відношенні зі старими та більш відомими будинками моди, такими як Louis Vuitton, Chanel, Dior, Prada та Yves Saint Lauren.

Непредставлена колекція та новий креативний директор

Окрім успішних об'єднань компанії, були й невдалі моменти. Так у лютому 2010 року Маккуїн покінчив життя самогубством у своєму лондонському будинку через зловживання наркотиків та боротьбу з депресією. Його колекція, яка має бути представлена наприкінці року, так і не була закінчена. Власники Kering висунули кандидатуру Сари Бертон на посаду креативного директора. Вона мала всі шанси здобути посаду, тому що була з 2000 років "правою" рукою Маккуїна. Сара на згадку про наставника закінчила його колекцію разом із модним будинком – колекція була представлена в 2010 році в рамках осіннього/зимового тижня моди в Парижі.

Сара Бертон – новий креативний директор

Починаючи з сезону весни та літа 2011 року, всі презентації бренду були спроектовані і створені Бертоном разом з частими дизайнерами модного будинку. Преса високо оцінила роботу Бертона і ознаменувала нову епоху у будинку Маккуїна. Сама Бертон заявила, що, хоча вона завжди поважатиме і поважатиме правила будинку, встановлені її покійним другом і наставником, вона припускала, що майбутнє бренду матиме легший відтінок і більш жіночу м'якість.

Зі становлення Сари Бертон на роль креативного директора, будинок зміг відійти від трагічних обставин. Крім виробництва зіркових колекцій для подіуму щосезону, компанія зробила два важливі кроки, що зміцнили статус люкс бренду та визнанням Олександра Маккуїна легендою моди.

Бренд у музеї Нью-Йорка та Лондона

Спочатку була монументальна виставка моди, в якій Музей мистецтв Метрополітен у Нью-Йорку використав роботи Олександра МакКуїна. Під назвою Alexander McQueen: Savage Beauty, виставка виявилася несподівано ажіотажною – понад 650 000 осіб відвідали її за 3 місяці. Ця ж виставка була відтворена в Лондоні у поважному музеї Вікторії та Альберта у березні до серпня 2015 року (на фото вище), з рекордними цифрами відвідуваності, що відображають оригінальну виставку в Нью-Йорку.

Друге мажорне досягнення будинку Маккуїна була найбільшою весільною роботою в модельній історії, оскільки Сара Бертон була особисто обрана Кетрін Міддлтон для оформлення своєї весільної сукні (на фото вище), яку вона носила для своїх весільних церемоній з принцом Вільямом, герцогом Кембриджським. Незважаючи на те, що робота йшла секретно, міжнародна преса вже розмірковувала про те, хто є дизайнером весільної сукні. Ходили чутки, що дизайнера сукні розкриють одразу після церемонії Міддлтона та принца Вільяма. Серед претендентів були не лише Бертон, а й інші відомі британські дизайнери: Стелла Маккартні, Вів'єн Вествуд, Вікторія Бекхем та Джорджіна Чепмен та Керен Крейг. Тільки коли Міддлтон прибула до Вестмінстерського абатства, особистість її дизайнера одягу розкрита і їй виявилася Сара Бертон.

Саме завдяки таким успіхам у світі моди ім'я Олександра Маккуїна буде зафіксовано в історії. Безумовно, з правлінням Сари Бертон бренд досягне ще більш високих позицій і не перестане дивувати, оскільки він, як і раніше, є першопрохідцем в індустрії моди.

Цікаві факти Alexander Mcqueen

Олександр маккуїн з дитинства виявляв дизайнерські здібності: складав фасони суконь для своїх сестер. Вже в 16 років він вирішив займатися улюбленою справою: починав роботу в ательє, а згодом став досвідченим кравцем.

Вже у 20 років завдяки отриманому практичного досвіду Олександр зацікавився створенням художніх костюмів і вивчив майстерність методів художнього крою (освоїв 6 методів). Його роботи і творчість зацікавили японського дизайнера Tatsuno Koji, що займався створенням модельного одягу з старовинних тканин, і Олександр Маккуїн став не тільки його помічником, але й цінним співробітником. У 27 років французький Будинок Моди запросив талановитого молодого хлопця працювати головним

дизайнером, і це давало можливість зайнятися розробкою власної торгової марки, що з часом стане брендом, популярним у всьому світі.

Маккуїн був упевнений, що одяг має викликати емоції, тому створював яскраві, кольорові, незабутні образи. Кожен свій показ він перетворював на сенсацію: моделі ходили по гравію на високих підборах, то по щиколотки у воді, або колекція взагалі представлялася на обертових манекенах. Креатив у творчості виражався не тільки в деталях, але і в загальних образах, напрямках, поданні унікальних тенденцій.

Олександр маккуїн співпрацював з такими брендами, як Gucci (і одночасно розробляв власну колекцію для молоді), Puma (у 2005 році розробили колекцію взуття для спорту), а в 2007 році створив власну марку чоловічих валіз у вигляді грудної клітки - Samsonite Black Label. Багато разів був визнаний в Англії як кращий розробник в модній галузі діяльності.

Ознайомимося з етапами становлення цієї відомої марки.

1. У 1994 році відомий дизайнер прославився тим, що моделей обертав у целофан, використовував гротескний макіяж. Образи моделей нагадували відьом і тіні привидів, вампірів, мерців. За це він отримав прізвисько "хуліган" в модних колах.

2. З 1996 року почалося співробітництво з Сарою Бартон (і в майбутньому вона стала арт-директором Будинку Моди після смерті Олександра Маккуїна в 2010 році).

3. 2000 рік: бренд прославився зображенням черепа на своїх виробах. Одяг цієї марки почали вибирати відомі зірки: Уїтні Х'юстон, Мадонна, Джуліанна Мур, Джері Холл та інші. А класичні чоловічі костюми приміряли принци Великобританії і президенти деяких країн.

4. У 2000-2001 роках компанія групи Gucci придбала більшу частину акцій бренду Alexander Mcqueen, і це сприяло його подальшому розвитку.

5. Починаючи з 2002 року основні покази були перенесені в Париж. Вже в наступному році була випущена перша парфумерія (жіночий пряний аромат з нотками сходу), а потім і композиція Alexander Mcqueen для чоловіків.

6. 2004 рік для цієї марки ознаменувався не тільки створенням нових чоловічих колекцій в одязі, але і появою сонцезахисних окулярів. Safilo Group отримала відповідну ліцензію і випустила окуляри Alexander Mcqueen, що користуються популярністю і по сей день.

7. З 2005 року і по теперішній час практично щороку з'являються нові модні колекції цього бренду. Жіночі сукні Alexander McQueen завжди відрізняється вишуканістю і оригінальністю: фантастичні візерунки, присутність неперевершеного ручного майстерності, впровадження мистецтва в оригінальні моделі і т. д.

ТЕМА 15

Будинок моди Givenchy

Юбер де Живанші заснував свій іменний модний Будинок у віці 25 років, у 1952 році. Він став наймолодшим кутюр'є у тодішній історії. Але основа для творчості у нього була завидна – будучи правнуком французького живописця П'єра-Адольфа Бадена та спадковим аристократом, він виріс в оточенні мистецтва, естетики в кожній деталі та вишуканих манер.

Крім того, Юбер до того моменту вже встиг здобути диплом паризької Школи витончених мистецтв та побути асистентом таких легендарних модельєрів, як Ельза Скіапареллі, Жак Фат та Люсьєн Лелонг.



Юбер де Живанші

Перша колекція Юбера де Живанші мала величезний успіх. New York Times тоді видали захоплений заголовок «Народилася зірка», а Time присвятили молодому кутюр'є цілих чотири сторінки, що було небаченою редакційною щедрістю.

Особливо критикам та клієнтам запам'яталася блуза Bettina. Її Юбер де Живанші присвятив найвідомішій моделі свого часу Беттіне Граціані, і вона ж і погодилася показати цю річ на подіумі. Тепер біла блуза з воланами – визнаний музейний експонат.



Блуза Беттіна

Через рік дизайнер познайомився з Одрі Хепберн і це стало початком довгої та міцної дружби. У вбраннях Givenchy актриса блискуче йшла на прийомах, фестивалях і у фільмах «Сніданок у Тіффані», «Кумедна мордочка», «Шарада», «Як вкрасти мільйон», «Сабрина» (останній, до речі, був удостоєний «Оскара» за кращі костюми) .

Список знаменитих шанувальниць творчості Юбера де Живанші постійно збільшувався. Клієнтками Будинку були Марлен Дітріх, Елізабет Тейлор, Грейс Келлі, Уолліс Сімпсон, Жаклін Кеннеді. Кутюр'є підходив до кожної з них індивідуально та створив канонічні образи, які досі викликають захоплення та трепет.

Юбер де Живанші самостійно керував своїм іменним брендом до 1988 року. Потім – капіталізм узяв гору над чистим мистецтвом і Givenchy придбав конгломерат LVMH. Але кутюр'є не відійшов від справ та самостійно продовжував займатися колекціями аж до 1995 року.

Після цього легендарний кутюр'є вирішив залишити модну індустрію і решту життя провів у улюбленому Парижі. Юбера де Живанші не стало у березні 2018 року, йому було 91 рік.

ТЕМА 16

Японський модельєр Yohji Yamamoto

Народився майбутній майстер у 1943 році в Токіо в розпал Другої світової війни в небагатій родині військового. Незабаром батько хлопчика загинув на фронті, і з того часу мати Йоджі одягалася тільки в чорне, що залишило глибокий відбиток на сприйнятті навколишнього світу. Досі в колекціях Ямамото переважає чорний колір, який іноді контрастує з сліпучо білими елементами.



Йоджі Ямамото

Не менш глибокий слід у пам'яті дитини був залишений бомбардуванням Хіросіми і Нагасакі, і через роки ці тяжкі спогади стали основою для його власного «ядерного вибуху» – благо, лише в модній індустрії.

Початок кар'єри

Оскільки його мати була кравчиною, ази майбутньої професії Ямамото збагнув саме завдяки їй. Втім, спочатку Йоджі не збирався ставати дизайнером - професія адвоката обіцяла набагато світліші перспективи, тому молода людина успішно закінчила юрфак Токійського університету. На щастя для світової моди, після отримання диплому новоспечений юрист усвідомив, що біганина по судах з папками паперів – не його покликання, і вступив на навчання до Школи моди Бунка Гакуен.

Перші успіхи

За кілька років після закінчення школи Ямамото засновує власну торгову марку. Розуміючи, що Японія (на той момент) – аж ніяк не центр всесвіту високої моди, амбітний 26-річний дизайнер вирушає підкорювати Париж. Там сприймають його сміливі незвичайні ідеї, що йдуть урозріз тодішнім тенденціям і трендам, у багнети.

Повернувшись додому, Ямамото продовжив рух у вибраному нетрадиційному напрямі. І в Японії згодом таки оцінять його стиль гідно.

Незабаром на Токійському подіумі було продемонстровано першу колекцію одягу, що стала проривом: асиметричний крій, домінуючий чорний колір, об'ємні силуети. Це було зухвало, сміливо та незвично – тим і привабливо. Йоджі прав різницю між чоловічим і жіночим одягом, оскільки вважав, що об'ємні та безформні силуети зміщують акцент з тіла на обличчя людини.

Підкорення Європи

На початку 1980-х вже досить відомий у себе на батьківщині бренд Yohji Yamamoto знову вирушив підкорювати Європейські подіуми, почавши, як і раніше, з Парижа. Показ нової колекції шокував навіть найзапекліших скептиків: суворі моделі без найменшої ознаки макіяжу гордо дефілювали у похмурому одязі мішкуватого чоловічого крою та брутального взуття. Жодних вам спокусливих жіночих суконь, що інтригують декольте, шпильок та іншого. Чоловічий одяг мала схожу естетику. Дизайнер завжди виступав за приховану, замасковану під одягом сексуальність, розглянути яку може лише людина із глибоким внутрішнім світом. «Перший філософ у світі моди» – саме такою прізвисько нагородили Йоджі Ямамото після його «другого дебюту» в Європі, і воно дуже точно розкриває сутність його ідей та поглядів на світ.

В одязі від Ямамото поєднуються унікальні властивості: з одного боку, всі вироби витримані в одному загальному стилі, з іншого – кожна річ дуже індивідуальна та підходить лише вузькому колу справжніх цінителів.

Закріплення успіху

У 1990-ті дизайнер Йоджі Ямамото остаточно перетворився із похмурого та епатажного в очах консервативної громадськості «фрика» на одну з ключових персон фешн-індустрії. Його сприйнятий не з першого разу фірмовий крій став новою нормою. У 2003 році разом з Adidas дизайнер створює лінію одягу Y-3, завдяки якому стає відомий більш масовій аудиторії.

Під маркою Y-3 створюється переважно монохромний одяг спортивно-повсякденного стилю. Лінія мала великий комерційний успіх, а сам дизайнер заявив, що вона поєднала спорт та моду.

У колекціях Y-3 кросівки посідають особливе місце. Адже саме з них розпочалося співробітництво Ямамото з Adidas.

2009 став важким періодом для творчості Йоджі: бренд Yohji Yamamoto був оголошений банкрутом (у компанії був борг 65 млн. доларів США). Проте вже через рік марка позбавилася боргів і представила нову колекцію, яка мала великий успіх.

Сьогодні ми можемо побачити продукцію Y-3 у більшості магазинів стріт-стайлу. Бренд продовжує розвиватися у своїй естетиці, яка знаходить все більше прихильників.

ТЕМА 17

Українська мода. Сучасні українські модельєри.

Українська культура — це не лише музика, кіно та книжки, про які ми багато пишемо. Це ще й світ моди, дуже тісно переплетений як із розвитком держави, так і з культурним прогресом.

Якщо говорити про початок 90-х, тоді взагалі-то було не до моди. У державних магазинах не те що бракувало одягу — не було продуктів через неймовірний рівень інфляції. Щоби просто купити черевики, вистоювали довжелезну чергу, яка могла тягнутись і цілий день. Держава не контролювала ситуацію, тому з’явився так званий "вільний ринок": продавці почали самі встановлювати ціни й торгувати на "товкучках", стихійних речових ринках. Ціни були зависокі, покупці обурювались — так українці й познайомилися з поняттями "торгувати/торгуватись".



Оскільки товарів власного виробництва було відверто мало, то з’явився попит на продавців із величезними баулами в клітинку, які привозили з сусідніх Польщі, Венгрії та інших країн необхідний одяг за низькою ціною.

Власне, так і виникло інше важливе поняття української моди — речові ринки з приблизно однаковим на вигляд шматтям, у яке вбирається майже пів країни. "На шопінг" їздили на Троєщинський ринок у Києві, 7-й кілометр в Одесі та по регіонах — наприклад, у Хмельницький чи Івано-Франківськ.



Одяг "преміум-сегменту" можна було придбати на Петрівці та Володимирському ринку в столиці: якісні речі з натуральних матеріалів, ціна на які встановлювалась уже в доларах. Справжнісінька еліта України спочатку одягалась у фірмових ательє і так званих "будинках моделей", де їм робили речі на замовлення, які могли обходитись у кругленьку суму — скажімо, 1000$ за плаття чи вечірній костюм

Важливий момент, який відрізняв моду 1990-х від сьогоднішньої — її близькість до народу та авангардизм, дух свободи, творчого пошуку. Початок 90-х був кризовим періодом через те, що відбувався болісний процес становлення держави. Довжелезні черги, купони, талони. Ті, хто прагнули створювати одяг, стикалися з базовими труднощами: де купити тканину, фурнітуру, аксесуари.

Тому творчість була тісно пов’язана з речовими ринками, вже тоді процвітав модний сьогодні ресайклінг (від англ. recycling — творча переробка матеріалу), коли звичним речам — однаковим малиновим піджакам і светрам з ангори — додавали хоча б трохи оригінальності. Були популярними блузки з "мокрого шовку". Виготовляли з того, що було в наявності. Не розкошували, але компенсували це фантазією та творчим підходом.

Звісно, жодних спецкурсів, де вчили б на дизайнера одягу, ще не існувало, тому люди навчались самостійно. На щастя, були спеціальні видання. Шили за викройками з журналу "Бурда", в'язали за ними ж — і собі, і чоловіку, і дітям.

Важливі дати української модної індустрії

1994 рік. Киянин Олексій Залевський, лялькар і гример, який нещодавно закінчив одразу два факультети Одеського театрально-декораційного училища, показує на київському фестивалі "Alta Moda" колекцію "Пристрасті за пляшкою". Практично без будь-якого промо — це був його перший публічний показ — він представив дотепне шоу. Театральні за своєю природою костюми Залевського "працювали" як модні об'єкти і створювали революційно нові образи й силуети, до яких глядач у малиновому піджаку, звісно, ще не звик. "Спектакль" справив фурор і став дуже затребуваним — тоді про успіх колекції судили за кількістю пропозицій показати її ще раз.



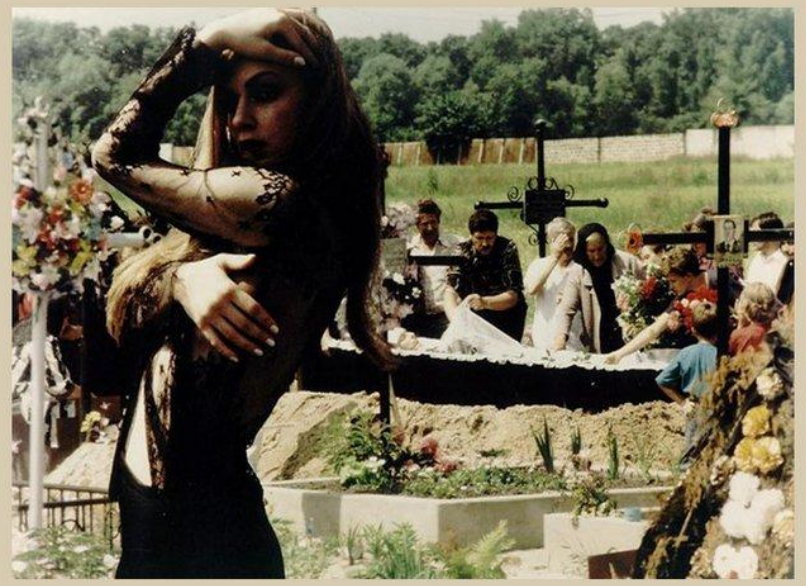


1996 рік. Колекція "Сексуальні іграшки" Олесі Савенко. "Мама" українського модного авангарду, Олеся почала відшивати речі у 1993-му. Й одразу ж стала робити їх епатажними: дивними, жорстокими, специфічними. Дизайнерку цікавили заборонені теми сексуальності та гомосексуальності, які вона і розвивала у своїй творчості, а покази колекцій перетворювала на справжні шоу з якісною режисурою.

1997 рік. Після декількох спроб організувати модний показ національних масштабів формується команда: Ірина Данилевська, Володимир Нечипорук, Сергій Бизов, Лілія Пустовіт, Соня Забуга. Пишеться лист до Палати моди Франції з проханням надати положення про проведення Тижня моди. Після

отримання факсу з усіма правилами в Україні влаштовується перший на пострадянському просторі офіційний Тиждень моди.

1997 рік. Виходить проєкт художника Арсена Савадова "Мода на кладовищі" — найскандальніша та найвідоміша фешн-зйомка часів незалежності України. На тлі справжнього похорону, що відбувався на Південному кладовищі Києва, фотографу позують манекенниці, які рекламують фірмовий одяг. Підписи під знімками свідчать: "Туфлі від ... ціна 350 доларів", "Блузка від ... ціна 250 доларів".



1999 рік. Після дефолту 1998 року з’являється найяскравіша і домінантна тенденція української моди: використання національного колориту, етнічних мотивів. Першою її підхопила Лілія Пустовіт, яка перевинайшла "етно" і зробила коллекцію плать з тими ж візерунками, що зображені на традиційних жупанах та хустках Центральної України.

2001 рік. Дебютна колекція дизайнерки Айни Гассе, яка зверне на себе увагу не тільки профільної індустрії. До дизайнерів почнуть придивлятись і політичні іміджмейкери. Уже згодом саме Айна створить знамените сіре плаття Юлії Тимошенко, яке запам’ятає кожен українець. А родину Ющенків будуть одягати одразу дві львівські дизайнерки: Оксана Караванська та Роксолана Богуцька.





2004 рік. Помаранчевий колір стає хітом сезону через однойменну революцію, а свою першу колекцію на Ukrainian Fashion Week показує молодий Андре Тан, якому судилося стати одним із найбільш комерційно успішних дизайнерів на території України.

2010 рік. Дебют "Київських днів моди", які згодом трансформуються в Mercedes-Benz Kiev Fashion Days. Таким чином Україна отримає одразу два Тижні моди, які почнуть між собою негласну конкуренцію. UFW — більш традиційний, а Kiev Fashion Days — притулок молодих дизайнерів та сміливих дебютантів. Саме завдяки активній роботі KFD Київ починають помічати на світовій карті моди, сюди приїздять закордонні інсайдери, а публікації робіт українських дизайнерів на Vogue Italy чи продаж їхнього одягу в закордонних бутиках — уже не виключення з правил та привід для гордості, а звичні речі. Тобто інтеграція у світові модні процеси відбулась.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Додатки
З ДИСЦИПЛІНИ
«Історія світових будинків моди»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «ДИЗАЙН ОДЯГУ»
»

Київ - 2024

Додатки до теми 1 Світ високої моди. Світові бренди.
Статті:
https://histrov.com/moda-uk/vsyo-o-dome-vysokoj-mody/?lang=uk

https://fashion-houses.com.ua/%d1%8f%d0%ba%d1%96%d0%b1%d1%83%d0%b4%d0%b8%0%bd%d0%ba%d0%b8%d0%bc%d0%be%d0%b4%d0%b8%d1%96%d1%81%d0bd%d1%83%d1%8e%d1%82%d1%8c%d0%b2%d1%81%d0%b2%d1%96%d1%82%d1%96/

https://jetsetter.ua/modna-industriya-i-vijna-dolya-brendiv-pid-chas-ii-svitovoyi/

Додатки до теми 2 Світові столиці моди. Їх характеристика
Відео:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=226&v=2Dg5Ny4o-uU&feature=emb_logo

Статті:

https://vogue.ua/article/fashion/brend/bolshaya-chetverka-kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-parizhe-33385.html

https://vogue.ua/article/fashion/brend/bolshaya-chetverka-kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-milane-33257.html

https://vogue.ua/article/fashion/brend/bolshaya-chetverka-kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-londone-33059.html

https://vogue.ua/article/fashion/brend/kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-nyu-yorke-32867.html

Додатки до теми 3 Дім високої моди Balenciaga. Унікальність та індивідуальність.
Статті:

https://parkavenue.ua/blog/istoriya-domu-modi-balenciaga/

https://elle.ua/moda/fashion-blog/kristobal-balensiaga-yak-genialniy-kutyure-zdiysniv-revolyuciyu-u-sviti-visokoi-modi/

https://a-typical.agency/krasota-i-urodstvo-kak-demna-gvasaliya-vozrodil-modnyj-dom-balenciaga-pri-pomoshhi-memov-i-socsetej/

https://bazilik.media/absurdnyj-dyvnyj-ale-dyko-populiarnyj-rozbyraiemo-kejs-balenciaga/

Додатки до теми 4 Дім високої моди Chanel. Унікальність та індивідуальність.
Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=AWaH_XIcfvM
https://www.youtube.com/watch?v=SUmYWzhArxs

Статті:
https://www.chanel.com/ru/about-chanel/the-history/

https://life.liga.net/istoriyi/article/kultovyy-kutyure-i-legendarnyy-dom-mody-ternistyy-put-koko-shanel

Додатки до теми 5 Дім високої моди Versace. Унікальність та індивідуальність.
Статті:
https://welovebrands.com.ua/brandomania/versace/

https://vogue.ua/ru/article/fashion/persona/dzhanni-versache-o-seme-mode-i-samom-sebe-21493.html

https://tsn.ua/lady/moda/zvezdi-i-moda/nayvidomisha-suknya-u-stili-bdsm-istoriya-chornogo-bandazhnogo-obrazu-donatelli-verchache-2133004.html

Додатки до теми 6 Дім високої моди Yves Saint Laurent. Унікальність та індивідуальність
Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=g0S11_FAsQ8

https://www.youtube.com/watch?v=MUTklPnRI3s

https://www.youtube.com/watch?v=mC6NMMGwfAk

Статті:

https://lifestyle.24tv.ua/ru/malenkij_princ_vysokoj_mody_istorija_uspeha_yves_saint_laurent_n1160913

https://vogue.ua/ru/article/fashion/persona/istoriya-lyubvi-iv-sen-loran-i-per-berzhe-39652.html

Додатки до теми 7 Дім високої моди Louis Vuitton. Унікальність та індивідуальність
Статті:

https://vogue.ua/ru/article/fashion/brend/kratkaya-istoriya-monogrammy-louis-vuitton-24509.html

https://dovidnyk.info/index.php/Brand/373

https://worldbank.org.ua/4674-louis-vuitton.html

https://uamodna.com/articles/istoriya-rozkoshi-pro-louis-vuitton/

https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/istoriya-sumki-louis-vuitton-speedy-52526.html

Відео:

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=K0o04s95zv8

Додатки до теми 8 Дім високої моди Gucci. Унікальність та індивідуальність.
Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=7XhtRZ96nLU

Статті:

https://forbes.ua/lifestyle/gucci-100-rokiv-kolis-konservativniy-lyuksoviy-brend-pidkoriv-internet-ta-podruzhivsya-iz-zumerami-yak-yomu-tse-vdalosya-08122021-2916

https://bazilik.media/gucci-suchasnyj-pidkhid-do-komunikatsij-vid-liuksovoho-brendu/

https://fw-daily.com/vid-pershih-ledi-do-hajpbistiv-istoriya-modnogo-domu-gucci/

Додатки до теми 9 Будинок моди Fendi. Унікальність та індивідуальність.
Відео:

https://www.youtube.com/watch?v=uCDV-5Rrwec
Статті:
https://www.fendi.com/ru-ru/cm/inside-fendi/about-fendi/the-history-of-fendi

https://welovebrands.com.ua/ua/brendomaniya/brand-fendi/

https://vogue.ua/ru/article/fashion/aksessuary/istoriya-sumok-fendi-46027.html

Додатки до теми 10 Будинок моди Dolce & Gabbana. Унікальність та індивідуальність.
Статті:
https://medium.com/@tkachenko.viktoriia523/%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97-dolce-gabbana-d-g-7bf99c9e9771

https://www.rechi.ua/info/dolce-&-gabbana-facts

https://magazine.symbol.ua/news/7-cikavih-faktiv-pro-dolce-gabbana

Додатки до теми 11 Дім високої моди Christian Dior. Унікальність та індивідуальність.
Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=2RU6Gq9Qf8M

https://www.youtube.com/watch?v=HM5h11uQUYA

https://www.youtube.com/watch?v=HdhXWCPJV4Y

Статті:

https://vogue.ua/article/fashion/brend/modnyy-dom-christian-dior-otmechaet-73-letie-31467.html

https://welovebrands.com.ua/brandomania/dior/

https://vogue.ua/article/fashion/brend/chto-kristian-dior-pokazal-v-svoey-pervoy-kollekcii-14103.html

https://vogue.ua/article/fashion/persona/zhenshchiny-kotorye-vdohnovlyali-kristiana-diora-13673.html

Додатки до теми 12 Дім високої моди Hermes. Унікальність та індивідуальність
Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=uzLBJecwOGw

https://www.youtube.com/watch?v=q52H1enChLQ

Статті:

https://cotedazur.com.ua/tpost/h909m82e61-herms-185-rokv-usphu

https://vogue.ua/article/vogueman/brend/kak-hermes-izobrel-hayp-44675.html

https://officiel-online.com/lifestyle-2/style-life/the-most-expensive-birkin-bags-of-all-time-by-herm%C3%A8s-history-of-creation/

Додатки до теми 13 Будинок моди Prada. Унікальність та індивідуальність.

Статті:

https://elle.ua/ludi/blog_o_zvezdah/sekreti-uspeha-miuchchi-pradi/

https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/vid-galleria-do-re-nylon-istoriya-naykrashchih-sumok-prada-54742.html

Відео:

https://www.youtube.com/watch?v=umXigzHHD2M
https://www.youtube.com/watch?v=4AwtoT5eTiM

https://www.youtube.com/watch?v=FmSndM1lmC0

Додатки до теми 14 Будинок моди Alexander McQueen

Статті:

https://magazine.symbol.ua/inspiration/pohmurij-genij-aleksandr-makkvin-golovni-fakti-z-biografii-dizajnera-aki-vam-varto-znati

https://karavan.ua/story/aleksandr-makkuin/

https://vogue.ua/ru/article/beauty/byuti-gid/makkuin-byuti-obrazy-kotorye-menyali-vzglyad-na-krasotu-30619.html

Відео:

https://www.youtube.com/watch?v=jhrXz_lWPoQ

https://www.youtube.com/watch?v=Bd-mgD1zQ7o

Фільм:

https://uakino.club/filmy/11085-aleksandr-makkvn.html

Додатки до теми 15 Будинок моди Givenchy
Відео:

https://www.youtube.com/watch?v=6XO5rO4hMNo

https://www.youtube.com/watch?v=UwfT112ftiw

Статті:

https://korupciya.com/istoriya-legendy-abo-yak-stvoryuvavsya-shyk-givenchy/

https://malva-parfume.ua/ru/blog/givenchy-history-of-legend/

Додатки до теми 16 Японський модельєр Yohji Yamamoto
Статті:
https://vogue.ua/ru/article/fashion/persona/temnyy-lord-vse-chto-nuzhno-znat-o-yodzhi-yamamoto-29293.html

https://drukarnia.com.ua/articles/yohji-yamamoto-chomu-vin-genii-feshn-industriyi-SgwMk

Відео:
https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=UY_nPrLD4sw&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fshammex.sr%2F&feature=emb_imp_woyt

Додатки до теми 17 Українська мода. Сучасні українські модельєри.

Відео:
https://www.youtube.com/watch?v=N4z5LDa8op0&feature=emb_logo

https://www.youtube.com/watch?v=Y2s1kooYk_c

Статті:

https://elle.ua/ludi/novosty/podorozh-u-minule-yak-odyagalisya-ukrainki-na-pochatku-hh-stolittya/

https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/7.pdf

https://elle.ua/moda/fashion-blog/31-simvol-nezalezhnosti-ukrainski-modni-brendi/

https://vogue.ua/article/fashion/brend/5-ukrainskih-brendov-o-kotoryh-govoryat-vo-vsem-mire-37465.html