

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

В. Д. Ишханян

*Статья представлена научным руководителем –
к. филос. н., доц. Астафьевой-Румянцевой И. Е.*

В статье рассматривается роль моды как инструмента кросс-культурного обмена, который обогащает мировую моду. Анализируется историческое развитие культурного взаимодействия, начиная с древних торговых путей, таких как Великий шелковый путь, и заканчивая примерами современных дизайнеров и их коллекций.

Ключевые слова: кросс-культурные коммуникации, мода, индустрия моды, культура, история.

В современном мире мода является не просто способом самовыражения, но и мощным инструментом кросс-культурного обмена. Индустрия моды, раскинувшая свои сети по всему миру, становится площадкой для встречи и взаимодействия различных культур. Это влияние мировых культур на моду приводит к созданию уникальных тенденций, которые обогащают мировой стиль новыми текстурами, цветами и формами. Наблюдение за этими трансформациями позволяет не только проследить путь развития моды, но и понять, как культурное наследие каждой страны влияет на глобальные модные течения.

Кросс-культурная коммуникация в индустрии моды началась задолго до глобализации в ее современном понимании. Для понимания этого процесса необходимо обратить внимание на историческое развитие культурного обмена, который начался с торговых путей, таких как Великий шелковый путь, соединявший Восток и Запад. Этот маршрут не только способствовал распространению товаров, но и стал каналом межкультурного обмена, в результате которого происходило заимствование элементов одежды, узоров и техник производства тканей, формирующих начало кросс-культурной коммуникации в моде. С ростом могущества европейских империй, обмен между культурами становился все более интенсивным. Европейцы приво-

зили из колоний не только золото и специи, но и ткани, которые впоследствии вдохновляли европейских модельеров на создание экзотических коллекций, демонстрирующих влияние культур Азии, Африки и Америки.

История насчитывает бесчисленное количество примеров в моде, когда дизайнеры, вдохновившиеся культурами других стран, создавали невероятные коллекции, которые имели успех не только в узких кругах любителей моды, но и получали признание и восторг во всем мире. В начале XX века определённый взаимообмен культур получил отдельное направление в развитии моды. Одним из выдающихся примеров кросс-культурных коммуникаций стала работа знаменитого французского модельера Поля Пуаре. «Привлеченный блеском русского двора и стремясь расширить клиентуру, осенью 1911 года Поль Пуаре вместе с группой манекенщиц отправился с показами по городам Восточной Европы, включая Варшаву, Москву и Санкт-Петербург [...] Пуаре был в восторге от народных русских костюмов – сарафанов, косовороток, кокошников, кичек, шалей и платков. По возвращении во Францию цветы и орнаменты ярких русских изделий вдохновили кутюрье на создание коллекции платьев на русскую тему – первой в мире. Эта коллекция под названием «Казань» [3]. Она стала ярким свидетельством того, как мода может

служить мостом между культурами, способствуя их взаимопониманию и обмену.

Говоря о культурном обмене, важно отметить Мадлен Вионне. В 1920-е гг. Вионне была одним из ведущих парижских кутюрье. Ее идея кроить по косой в корне изменила традиционное представление о моде. В 1922 г. она создала серию платьев «Греческие вазы» с вышивкой по мотивам росписи амфоры из Лувра. Модели Вионне создавались в Доме вышивок «Лесааж», который сейчас остался практически единственным знаменитым домом вышивок в Париже [2]. Неогреческий стиль, восходящий к античным истокам, был воспринят Вионне не как попытка археологически точно воспроизвести прошлое, а как возможность переосмыслить классическое наследие через призму современности. Такое взаимодействие культур в руках Мадлен Вионне становится примером кросс-культурной коммуникации, где фрагменты одной культуры воспринимаются и перерабатываются в контексте другой, создавая новое культурное выражение в моде.

Примером эффектного воплощения принципов кросс-культурных коммуникаций в индустрии моды является творчество самого скандального «востоковеда» мира высокой моды – Ива Сен-Лорана. Он обращался и к Индии, и к Японии, и к Монголии, но самая запоминающаяся его коллекция – вдохновлённая Китаем. В историю моды 1977-й вошел как год скандального аромата «Orium». Его запуск совпал с осенне-зимним показом «Les Chinoises». Дизайнер интерпретировал культурное наследие не только Китая, но и Азии в целом [4].

В 1986 году мир моды был потрясен и вдохновлен одним из самых ярких и памятных событий в карьере знаменитого французского дизайнера Жан-Поля Готье – его "русской коллекцией". Сам Жан в интервью сказал: «Был 1986 год, мы изучали книги о конструктивистах. До этого я только несколько плакатов видел, но мне так понравилась цветовая гамма, что я сказал – вот оно! Я просто

бредил этим, я рисовал много букв кириллицей, старался придать им графику в стиле конструктивизма, вдохновлялся цветом, я сделал полную мужскую и женскую коллекции в этом стиле».

Россия со своим культурным кодом часто становилась объектом внимания для многих мировых дизайнеров, и творчество Карла Лагерфельда не стало исключением. Коллекция Париж-Москва 2009 года от Шанель демонстрирует уникальное соединение культурных традиций Франции и России, представляя собой яркий пример эффективных кросс-культурных коммуникаций в современной индустрии моды. Коллекция стала свидетельством того, что мода – это не просто одежда. Это способ коммуникации, который может способствовать большему культурному осознанию и взаимопониманию.

Однако, не все дизайнеры обращаются к культурам других стран – многие из них воплощают в коллекциях элементы культурной истории своей страны. Валентин Юдашкин, яркий представитель российской моды, в 1991 году представил коллекцию, вдохновлённую Фаберже, что стало знаковым событием в индустрии моды и тоже является примером кросс-культурной коммуникации. Юдашкин вдохновлялся сложнейшим исполнением и богатым орнаментом яиц Фаберже, созданных для российской императорской семьи.

Стоит отметить, что зачастую культурный обмен в моде превращается в культурную апроприацию и имеет противоположный эффект. Грань между двумя этими понятиями невероятно тонка. [1] На сегодняшний день есть множество примеров этому. Модный дом Gucci в 2018 году представил головной убор Indy Full Turban. Интерпретация тюрбана многими была расценена как пример культурной апроприации, поскольку бренд не учел глубокие культурные и религиозные значения, связанные с этим элементом одежды. Коалиция сикхов в социальных сетях возмутилась использованием сим-

вола веры как модного аксессуара. [1] Важным аспектом кросс-культурных коммуникаций в индустрии моды является необходимость уважительного и осмысленного подхода к заимствованию культурных элементов, признание их происхождения и значения, а также избегание культурной апроприации.

В современном мире модная индустрия является одним из наиболее ярких примеров проявления кросс-культурных коммуникаций. Прежде всего, кросс-культурные влияния в моде играют клю-

чевую роль в формировании глобальных модных тенденций. Они позволяют дизайнерам черпать вдохновение из традиций, обычаев и эстетических предпочтений самых разных народов. Важным аспектом этих коммуникаций в моде является их способность сохранять и возрождать национальные традиции. Кроме того, кросс-культурные коммуникации открывают путь для обмена творческими идеями и инновациями, что стимулирует рост и развитие модной индустрии.

Список источников и литературы

1. Астафьева-Румянцева И. Е. Культурная апроприация в индустрии моды // Вестник факультета социальных цифровых технологий. - СПб.: 2021. – 355 с.
2. Ермилова Д. Ю. История домов моды: Учеб, пособие для высш. учебн. заведений / Д. Ю. Ермилова. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 288 с.
3. Пуаре П. Одевая эпоху // «Memoires de la mode» Васильев А. А. – М.: Издательский центр «Этерна», 2017. – 416 с.
4. 10 знаковых коллекций Сен-Лорана [электронный ресурс] // Интернет-издание The Symbol. – URL: <https://www.thesymbol.ru/fashion/collections/10-znakovyh-kollekciy-ivansen-lorana/> (дата обращения: 28.10.2024)

Ишханян Вячеслав Давидович – студент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), avtorslavik@gmail.com

Астафьева-Румянцева Ирина Евгеньевна – научный руководитель – к. филос. н., доцент кафедры социально-политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), rina.astafjewa@ya.ru

CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN THE FASHION INDUSTRY

V. D. Ishkhanyan

The article is presented by the scientific supervisor – Ph.D., Associate professor, Astafieva-Rumyantseva I. E.

The article examines the role of fashion as a tool for cross-cultural exchange that enriches world fashion. The historical development of cultural interaction is analyzed, starting with ancient trade routes such as the Silk Road and ending with examples of modern designers and their collections.

Keywords: cross-cultural communications, fashion, fashion industry, culture, history.

References

1. Astafieva-Rumyantseva I. E. Kul'turnaya apropiatsiya v industrii mody [Cultural appropriation in the fashion industry] // Vestnik fakul'teta social'nyh cifrovyyh tehnologiy [Bulletin of the Faculty of Social Digital Technologies]. – St. Petersburg: 2021. – 355 p.
2. Ermilova D.Yu. Istoriya domov mody: Uchebnoe, posobie dl'ya vysshyh uchebnykh zavedeniy [History of fashion houses: Textbook, manual for higher. educational institutions] /

D. Yu. Ermilova. – Moscow.: Izdatel'skiy centr "Akademiya" [Publishing center "Academy"], 2003. – 288 p.

3. *Poiret P.* Odevaya epohu [Dressing the era] // «Memoires de la mode» Vasiliev A. A. – Moscow.: Izdatel'skiy centr "Eterna" [Publishing center "Eterna"], 2017. – 416 p.

4. 10 znakovykh kollektiy Sen – Lorana [10 iconic collections of Saint Laurent] [electronic resource] // Internet-izdanie The Symbol. [Online edition of The Symbol]. – URL: <https://www.thesymbol.ru/fashion/collections/10-znakovyh-kollektiy-iva-sen-lorana/> (last request: 28.10.2024)

Ishkhanyan Vyacheslav Davidovich – student of the Department of Social and Political Sciences, The Bonch-Bruevich Saint Petersburg State University of Telecommunications, (St. Petersburg, Russia), avtorslavik@gmail.com

Astafieva-Rumyantseva Irina Evgenievna – scientific supervisor– Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Social and Political Sciences, The Bonch-Bruevich Saint Petersburg State University of Telecommunications, (St. Petersburg, Russia), rina.astafjewa@ya.ru

Статья поступила в редакцию: 03.02.2025; принята к публикации: 24.02.2025.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Ишханян В. Д. Кросс-культурные коммуникации в индустрии моды // Социогуманитарные коммуникации. – 2025. – № 1 (11). – С. 123-126.

FOR CITATION:

Ishkhanyan V. D. Kross-kul'turnye kommunikacii v industrii mody [Cross-cultural communications in the fashion industry] // Sociogumanitarnye kommunikacii [Social and humanitarian communications]. 2025. № 1(11). P. 123-126.