

100 лет истории моды на подиуме | 100 ans d'histoire de la mode sur les podiums

Auteur: Заррина Салимова, [Базель/Вайль-на-Рейне](#) , 23.10.2025.



(c) Vitra Design Museum. Фото: Bernhard Strauss

В музее дизайна Vitra открылась выставка, посвященная истории и культурному значению модных показов.

Le musée du design Vitra présente une exposition consacrée à l'histoire et à l'importance culturelle des défilés de mode.

100 ans d'histoire de la mode sur les podiums

Музей Vitra, носящий имя, наверное, самой известной швейцарской дизайн-марки, находится не в Швейцарии, а в соседней Германии – в приграничном (и, будем откровенны, довольно унылом) Вайле-на-Рейне. Здесь, в здании, построенном в 1989 году звездным канадским архитектором Фрэнком Гери и представляющем собой причудливый, но невероятно гармоничный «коллаж» из кубов, башен и пандусов, открылась первая в истории музея выставка о моде, точнее о модных показах. Какие мотивы лежат в основе показов? Что говорит модный показ о представленной коллекции и что – об обществе и времени, когда она была создана? Такие вопросы ставили перед собой кураторы выставки – Йохен Айзенбранд и Катарина Кравчик из музея Vitra, а также Кирсти Хассард и Светлана Панова из шотландского музея дизайна V&A Dundee.

Экспозиция тематически и хронологически поделена на четыре зала, отражающих основные этапы развития модных показов – салоны высокой моды, экспериментальные форматы *prêt-à-porter* (готовой одежды), классический подиум и показы последних пяти лет.

Так, в начале XX века кутюрье показывали свои коллекции избранной публике, в основном, в своих ателье. Первым продемонстрировать одежду не на манекенах, а на реальных женщинах стал английский модельер Чарльз Фредерик Уорт, сделавший карьеру в Париже. Он же был первым, кто стал пришивать к одежде лейбл, т.е. этикетку со своим именем. Поль Пуаре пошел еще дальше и превратил показы в развлекательные представления, с которыми он ездил по всей Европе и побывал даже в России. Ранние показы мод также проводились в универмагах, например, в США, на скачках и океанских лайнерах.

Следующий кульминационный момент произошел в середине прошлого века, когда высокая мода уступила место *prêt-à-porter*. Модные показы переместились из салонов в город и начали проводиться буквально где угодно – в кафе-бассери и даже бассейнах. Однако показы все еще оставались делом узкой аудитории. По-настоящему глобальный охват они получили лишь в 1990-е годы с появлением супермоделей. Символом той эпохи считается показ Versace осень/зима 1991/92, на котором Синди Кроуфорд, Наоми Кэмпбелл, Линда Евангелиста и Кристи Тарлингтон вместе исполняют хит Джорджа Майкла Freedom.

На рубеже тысячелетий показы превратились в крупные медийные события, чему способствовали усилия (и солидные инвестиции) люксовых концернов, таких как LVMH и Kering. Карл Лагерфельд, например, мастерски владел умением привлечь внимание публики: на показах Chanel запускали ракеты, а подиум превращался то в супермаркет, то в уличную демонстрацию. Другие дизайнеры в это время делали ставку на деконструкцию и провокацию. Так, на легендарном показе № 13 (весна/лето 1999) Александра Маккуина два промышленных робота вживую распыляли краску на платье, а Viktor & Rolf на показе Russian Doll (осень/зима 1999/2000) взяли одну модель и одели ее в девять слоев одежды. Мартин Марджела, в свою очередь, переносил свои презентации на парковку, в пустующую больницу или на заброшенный участок на окраине города: его показы граничили с перформансом и сближались с искусством.

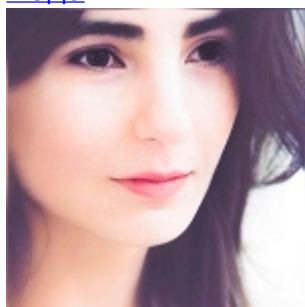
Выбранный кураторами подход позволяет проследить, как изменились модные показы за сто лет: то, что начиналось как камерная презентация в парижских салонах, превратилось в настоящее шоу и гезамткунстверк, в котором значение имеет каждая деталь, включая архитектурные особенности локации, сценографию, хореографию, свет, звук, реквизит, макияж, собственно одежду... Любопытно, что пандемия совсем не изменила ритм сезонных показов: как только это стало возможным, бренды вернулись на подиум. Заканчивается выставка размышлениями об «инстаграмизации» показов, которые сегодня проводятся не столько для находящихся в зале гостей, сколько для аудитории, до которой они могут дотянуться своими постами, фотографиями, эфирами и трансляциями в социальных сетях.

Отдельно стоит отметить удавшийся дизайн самой выставки, над которым работала сценограф Аня Марченко, родившаяся в России и живущая и работающая во Франции, в том числе с самим Мартином Марджелой. Каждый из залов оформлен в стиле соответствующей эпохи, а направление осмотра указано на полу в виде следов, как будто бы оставленных моделью, прошедшей здесь в остроносых туфлях на каблуках.

Добавим, что посетить кампус Vitra стоит не только ради выставки, но и для того, чтобы полюбоваться построенными на его территории зданиями именитых архитекторов (от Захи Хадид до уже упомянутого Фрэнка Гери) и увидеть культовые дизайнерские предметы мебели Vitra (от знаменитых стульев до декоративных табуреток-слоников).

От редакции: Выставка «Catwalk: The Art of the Fashion Show» продлится до 15 февраля. Подробную информацию можно найти на сайте design-museum.de.

[выставки в швейцарии](#)
[Vitra швейцарский дизайн](#)
[швейцарская мода](#)
[мода](#)



[Зарина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[Vitra: сладкая жизнь дизайна](#)

[Vitra: культура дизайна](#)

Source URL: <http://www.nashgazeta.ch/node/35610>