

ИЗОБРЕТАЯ МОДУ

Екатерина Рычкова

Первая в России Биеннале инновационного текстиля «Изобретая моду» прошла в ВМДПНИ весной 2015 года. Среди участников проекта: Политехнический музей, МАММ, ГМИ народов Востока, Музей Москвы, Музей художественных тканей МГУТ, Ц.и.м. А.Н. Косыгина, Fashion Factory ZIL, Norsogan, Victoria Andrejanova и многие другие.

Для первой биеннале инновационного текстиля мы выбрали производство тканей, одно из древнейших производств. Прогресс в этой сфере существенно влиял на экономику и даже вызвал смену технологических укладов: достаточно вспомнить изобретение прядильной машины, которая стала основным символом и двигателем первой промышленной революции наряду с паровой машиной. Текстильные новинки незамедлительно сказывались на многих аспектах жизни человека.

«История инноваций» призвана соединить эти изменения и рассказать о наиболее важных открытиях в этой области – от начала производства льна в VIII тысячелетии до н.э., революционного изобретения жаккардовой машины в 1790 году до новейших дизайнерских моделей одежды, взаимодействующих с окружающей средой.

В XX веке главные текстильные новшества появлялись прежде всего в военной и космической сферах, откуда потом переходили в спорт высоких достижений, а затем и в массовое производство. Сегодня инновации возникают на стыке разных



1
Группа «WHISPER».
ПЛАТЬЕ CONFLUENS.
2014–2015. Папирекс,
ткань для сит, сенсоры,
аудио, видео. ВМДПНИ

2
ШЛЯПА. 2014. Создана
на промышленном
3D-принтере ProX
500. 3D-Store

наук и искусств. Проследить эту эволюцию в развитии текстиля и представить только зарождающиеся тенденции нам показалось особенно интересным.

К участию в проекте были приглашены 30 организаций: крупные музеи и коммерческие компании – лидеры в развитии инноваций, дизайнерские бюро и образовательные учреждения. Рядом с высокотехнологичными объектами демонстрировались исторические артефакты: швейные машины, инструменты для размотки шелка, набойные доски, великолепные ткани Востока и капроновые чудеса 1960–1970-х. Все это не только «оттеняло» достижения современной текстильной индустрии, но и давало представление о происхождении тех или иных технологий, знакомяло с изобретениями, оказавшими влия-

1 | 2



Людмила Норсоян

В начале XX века развитие индустрии моды оказала влияние военная промышленность. Первая мировая война дала сразу два инновационных материала – джерси из натуральных волокон и нейлон. Джерси, трикотажное полотно, использовавшееся для мужского солдатского белья, стало основой нового направления массовой одежды спортивного типа для мужчин и женщин. Олицетворением нового в использовании джерси стала Коко Шанель. Революцию в материалах и тканях произвело синтетическое волокно – нейлон, созданное в компании «Дюпон» (DuPont) как ответ на острую нужду в дешевом надежном заменителе шелка в производстве парашютов.

Во второй половине XX века новый толчок к развитию моды дали спорт и сексуальная революция. Переход от массового любительского к массовому профессиональному спорту и его коммерциализация повлияли на разработку и создание нового поколения материалов. Олимпийский девиз «Быстрее, выше, сильнее» дополнился элементом «выгоднее». Понадобились материалы и технологии создания одежды как «второй кожи», позволявшие спортсмену вырывать для победы миллисекунды и миллиметры лучшего результата. Так в лабораториях «Дюпон» появилась лайкра.

Ее использование в производстве волокон и тканей привело к ошеломительным результатам. Ткани стали пластичными и легкими. Это позволяло упростить и стандартизировать методы конструирования одежды, технологии пошива и обработки готовой продукции, что привело к экономии тканей.

Толчок развитию направления «секси», апологетом которого выступили Азеддин Алайя (Azzedine Alaïa) и Эрве Леже

(Hervé Léger), дало производство белья. Оно стало полноценной частью модной индустрии, получив бесценную лайкру для создания белья нового поколения «модной второй кожи», комфортного, красивого, дешевого и доступного.

Развитие инновационных технологий и материалов привело к тому, что стали разрабатываться и адаптироваться к промышленному производству новые поколения искусственных тканей и волокон. Термоэффект, способность к самоочищению от микробиологической грязи, возможность противодействовать открытому огню и не выделять продукты горения, защита от плохих погодных условий, отталкивание жидкостей или, напротив, способность поглощать влагу и немедленно выводить ее наружу, защищенность от жесткого электромагнитного излучения и ультрафиолета, невероятная прочность и надежность – список возможностей инновационных материалов впечатляет.

Следующим логическим шагом стало внедрение гаджетов в одежду и обувь: солнечные батареи на платьях-трансформерах Хуссейна Чалаяна, зарядные устройства для мобильного в модной дамской сумочке Ральфа Лорена и интерактивные датчики в обуви и одежде «Найк» и «Адидаас».

Айрис ван Херпен открыла для модного сообщества 3D-технологии принтования – от детали до цельного платья. Обувь, аксессуары, украшения, очки и гаджеты, выполненные на 3D-принтере, уже перестают быть экзотикой, а профессионалы моды ждут внедрения в производство возможностей гибкого принтования одежды с применением 4D-технологий.

«Умные», интерактивные обувь, белье и одежда, аксессуары... Область применения оказалась неограниченной, и,

3
А.Г. Бычкова-Кольцова
Эскиз мужской
косоворотки для
«Hertness» (Франция).
1921–1931. *Бумага,*
гуашь. ВМДШНИ



3

испытав и усовершенствовав инновационные материалы, производители расширили рынок сбыта, включив в сферу интересов вначале профессиональный спорт, где очевидна их необходимость и польза, а затем присоединив область любительского спорта и спортивных товаров широкого назначения. Мода на активный образ жизни в мегаполисах, возможность быстрых перемещений по миру, массовое увлечение путешествиями и жизнью в стиле outdoor привели к прогнозируемому спросу на инновации в одежде. Спортивный масс-маркет вывел на рынок продукцию нового поколения, вначале очень аккуратно, стараясь не спугнуть покупателя, выросшего в парадигме «натуральное хорошо, искусственное плохо», лишь изредка позволяя себе громкие имиджевые проекты с эффектными фокусами, призванными приучить и приохотить потребителя к инновациям. Концептуальные марки освоили инновации, пришедшие из экстремальных профессий, где важно, какими свойствами и функциями должна обладать городская одежда нового поколения, как, например, вязаные перчатки с тач-скрин-пальцами. И следом за ними на подготовленную территорию пришли модные бренды. Осенью 2015 года уже люксовые бренды, такие как Армани, Эрмес, Хуссейн Чалаян и прочие представили на высоком подиуме модели, выполненные из нанотехнологичных тканей и материалов, а также напечатанные на 3D-принтере. Нас ожидает лавина коллекций и модной продукции с использованием

инноваций, и к ней готовы и производители и потребители, ретейл же постепенно подстраивается под требование времени.

Цифровые технологии повлияли на все составляющие индустрии моды: интерактивное прогнозирование и креатив с применением трехмерного проектирования, инновационное производство материалов и готовой продукции, стремительное развитие электронного ретейла и мгновенный информационный обмен в Мировой паутине, кадровую политику индустрии.

Меняется и рынок потребления моды, выросло поколение цифровой эпохи, для которого одежда и вообще модная продукция – это сочетание современности, функциональности и комфорта.

В XXI веке тектонические изменения общества привели к смене парадигмы потребления одежды – от эйфорического принципа покупки всего желаемого к рациональному долгосрочному использованию необходимого. Инновационная, ориентированная на решение многих культурных, экономических, экологических и этических проблем индустрия моды продолжает развиваться. ●