

ТРЕНДЫ ОСЕНЬ-ЗИМА 2026/2027

На бизнес-конференции 37-й Международной выставки моды Central Asia Fashion Spring-2026 впервые с лекцией «Тренды Осень-Зима 2026/2027» выступил Станислав Зимин – тренд-аналитик, кандидат филологических наук, международный спикер, автор курса по прогнозированию трендов в МГУ им. Ломоносова, специалист по макро-трендам в агентстве Trendsite, приглашенный лектор российских и зарубежных вузов Гонконга, Индии и Японии. Он представил эксклюзивную информацию специально для посетителей CAF.

В мире, который рискует утратить свои инстинкты и интуицию, мода становится прибежищем первобытной мудрости. Осень–Зима 2026/2027 – сезон, в котором дизайн становится формой ритуальной защиты и осознанного самовыражения, переосмысливает привычные коды через культурные и социальные сдвиги, открывая новые способы говорить о себе через образ.



Тренд-аналитик, международный спикер и лектор Станислав Зимин

Станислав Зимин в начале своего выступления подчеркнул, что представленные тренды и направления далеко не всегда нужно использовать в чистом виде: *«Скорее, это источник вдохновения, который можно адаптировать под свою работу или личные предпочтения. Сейчас это особенно важно, потому что мир меняется, и любой тренд необходимо подстраивать под конкретный регион, личность, бренд и аудиторию. Не стоит слепо ориентироваться на глобальные тренды, как, например, на «цвет сезона», что часто делают. В 2026 году это условные «кофейный мусс» или «белый танцор», но в каком-либо регионе тот же «белый танцор» очень быстро превратится в «грязного бродягу» из-за климата и реальных условий жизни. Поэтому важно не копировать, а осмысленно адаптировать. Мне ближе подход, когда задается не готовое решение, а направление мысли, причем иногда в очень неожиданной форме. Например, источником вдохновения может стать... соленый огурец! Дальше начинается самое интересное – интерпретация. Для производителя кожи это может быть текстура, как у огурца, для производителя тканей – цвет, дизайн-студия может нарисовать принт, где вместо горошка будут маленькие огурцы. Каждый адаптирует тренд по-своему».*

Ключевая тема описываемого сезона – это мимикрия, то есть подстраивание под текущие реалии, а также первобытные инстинкты. Дизайн во многом будет отражать идею защиты: ритуальной, эмоциональной, защиты от климатических изменений, геополитической нестабильности и в целом от того, что происходит в мире. По этому поводу органично высказался шведский дизайнер Aspe Studios Джонни Йоханссон: *«Творчество – это единственный способ выжить в непростые времена».*

Станислав Зимин напомнил, что перед творческими личностями встает важная задача: «Вы должны дарить ощущение праздника, свободы и творчества. И эта тенденция будет продолжаться, потому что период, который называют временем трансформации и нестабильности, продлится еще долго. Мы только в начале пути, и лишь после 2040 года начнут проявляться более четкие очертания XXI века: какой будет мода, какие будут модели отношений в семье, каким станет транспорт и образ жизни в целом. Сейчас мы находимся в фазе формирования будущего».



Тренд «Серое на сером»

«Особенно актуально в этом сезоне. Серый цвет сам по себе нейтрален, он изящный, благородный, но не вызывает резкой эмоциональной реакции. Именно в этом его сила. Хотя в перспективе, особенно ближе к 2027 году, восприятие будет меняться. Мы уже видим, как серые оттенки раскрываются в разных сочетаниях – это могут быть костюмы с брюками и жакетами, платья, многослойные образы. Важны нюансы: работа с пуговицами, замками, двойными краями, конструктивными элементами. И дальше, в сезоне 2027–2028, этот акцент только усилится».





Тренд «Анимализм»

«Тема затрагивает вопросы наших первобытных инстинктов, вдохновляясь яркими красками природы и исследуя богатые оттенки животного мира. В первую очередь, конечно, стоит выделить кожу рептилий. На профильных выставках есть отдельные блоки, посвященные кожевенным материалам, и уровень инноваций действительно впечатляет. Сегодня появляется «кожа», которая фактически не является кожей: ее делают из кактуса, тростника и других растительных материалов, при этом она имитирует природные анималистичные фактуры. Это как раз про мимикрию – подражание природным принтам и структурам. Крокодил, змея,



леопард и различные вариации на эту тему будут представлены очень широко. При этом вдохновение можно черпать из самых разных сегментов – от кутюрных коллекций до масс-маркета. Отмечу, что в нашем регионе анималистичные принты традиционно очень популярны».

«В тренде любые интерпретации меха и перьев. Животный мир – это не только крупные формы, но и, например, насекомые: крылья стрекозы могут стать отличным источником вдохновения для принтов. Перед нами предстанут не всегда прямые животные принты, а абстракция, которая лишь имитирует их. Перья, особенно ночных птиц, могут активно использоваться в декоре и отделке, создавая выразительные и нестандартные решения. Анималистика активно

проявляется и в аксессуарах. Еще одно направление – иллюстрации: в массовом сегменте мы будем видеть много аппликаций с животными, графические изображения, будто нарисованные



от руки, элементы в трикотаже. Это могут быть глаза кошки, голова тигра, птицы. Но важно помнить про уместность: если нужен, например, деловой образ, это не значит, что стоит буквально размещать яркий анималистичный элемент на жакете и считать, что вы «в тренде».





Тренд «Образ сильной женщины»

«Это тоже макротренд: XXI век все чаще называют временем «иньской» энергии, женской силы. Женщина все увереннее чувствует себя в этом мире, лучше ориентируется в его изменениях, она обретает силу, она может «плавать», как рыба в воде. Если раньше доминировала мужская модель – бизнес, финансы, структура – то сейчас система трансформируется, и мужчины также будут адаптироваться к этим изменениям».



Тренд «Бунтарство»

«В этом сезоне офисная одежда приобретает бунтарский оттенок. Смелые аксессуары, вырезы и незастегнутые элементы добавляют элемент неожиданности, подчеркивая более провокационный подход к деловой одежде. Поскольку поколение Z бросает вызов традиционным рабочим условиям и монотонной работе с 9 до 5, они привносят в свой стиль неожиданные детали: смелое сочетание классической офисной одежды и элементов гранжа, блейзера с толстовкой оверсайз, классических брюк с укороченными топами – самовыражение на рабочем месте под влиянием спортивной одежды. Это поколение в принципе иначе смотрит на мир. Они переосмысливают привычные нормы и не принимают их как данность. Я знаю молодых специалистов, которые работают в госструктурах и учреждениях, где существует строгий дресс-код, но при этом он им не близок. И они все равно пытаются его трансформировать: добавить детали, изменить подачу, внести что-то свое, чтобы привычная, достаточно консервативная офисная одежда приобрела новый характер. Все это формирует новый взгляд на деловой стиль – более свободный, гибкий и индивидуальный».



Тренд «(ЖИЗНЕ)РАДОСТЬ»

«Данная тема стремится отвергнуть упаднический дух и с оптимизмом подходить к многочисленным вызовам, с которыми мы столкнемся в будущем», - утверждает эксперт САФ.

Британско-нигерийский дизайнер Йинка Илори (Yinka Ilori) создал яркую коллекцию одежды для американского бренда The North Face. «Озорные принты этой коллекции призывают нас радоваться любой погоде: улыбаться в лицо буре, обнимать холод, праздновать дождь», – рассказывают представители The North Face. Это точная характеристика того, что собой будет представлять ближайший сезон.



Тренд «Опаленные края»

«Мотивы или принты как будто бы из пепла, размытые контуры – вот то, что будет очень актуально. Джинсовая ткань, пропитанная духом панк-рока, демонстрирует целенаправленно искаженные поверхности с эффектами пятен, выгорания и потертостей.»



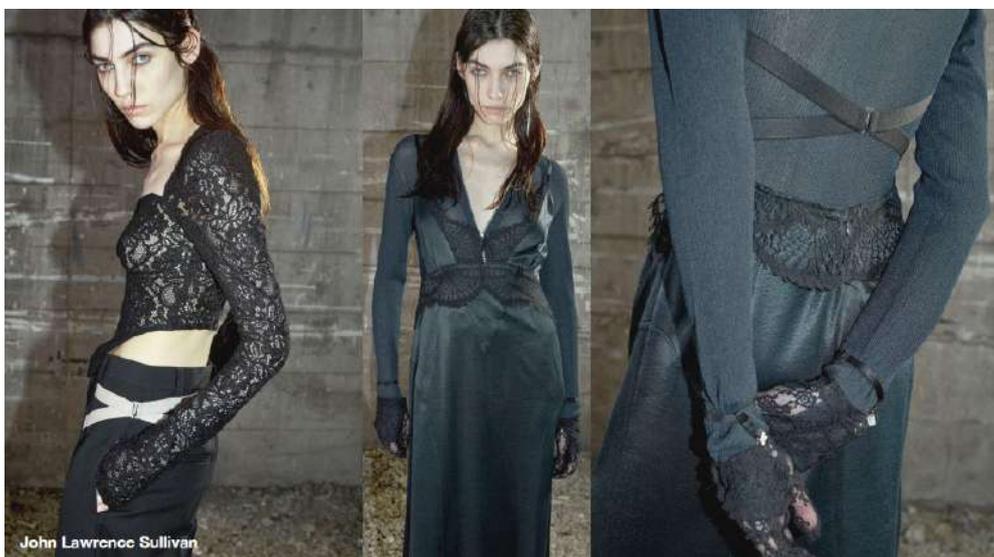
Здесь огонь предстает в более буквальном смысле, а поверхности выглядят так, как будто они непосредственно соприкасались с пламенем. Синяя джинсовая ткань покрыта

коричневыми и черными пятнами, имитирующими следы ожогов вплоть до перфорации. Отделка трескается и отслаивается, обнажая исходный материал. Даже аксессуары выполнены в винтажном стиле, подчеркивающим стиль панк вплоть до мельчайших деталей. В текстиле узоры словно проявляются из пепла, словно нарисованные углем мотивы, абстрактные формы, в которых смешиваются пятна и дымчатые завитки, или рисунки с размытыми контурами, обведенными углем. Эффекты пламени и дыма создают градиентные узоры, танцующие между тенью и светом».



Тренд «Готические фантазии»

«Это тренд 2026 года – он проявится летом и продолжится до зимнего сезона 2027, после чего постепенно пойдет на спад. Однако у нас еще есть возможность с ним поработать. Важно



понимать: этот тренд во многом приходит к нам с Запада, поэтому, когда вы слушаете европейских или американских тренд-аналитиков, учитывайте, что они работают в контексте своей реальности и не принимают во внимание особенности других регионов. Их повестка, их настроение, их визуальный язык напрямую связаны с тем, что происходит у них в политике, обществе, культуре. Если в их визуале преобладают темные напряженные образы, значит, это отражение их текущей среды. Поэтому любую такую информацию важно пропускать через фильтр и соотносить с тем, насколько это органично для нашей аудитории. Тем не менее, вы могли заметить, сколько фильмов за последние годы вышло в готической эстетике: «Франкенштейн» Гильермо дель Торо, «Дракула» Люка Бессона, «Носферату» Роберта Эггерса. Все это формирует визуальный фон, который затем переходит в моду. Тенденции в сфере красоты следующие: *Black nail* предполагает, что женщины, носящие черный лак для ногтей, демонстрируют смелую, завораживающую энергию; *Siren eyes* – эффектный макияж глаз создается с помощью темной подводки и дымчатых черных и коричневых теней для век; *BDK Rouge Smoking* – аромат с вишней, розовым перцем и амброй с оттенком древесины ассоциируется с темной женской энергией».



Тренд «Средняя Азия»

«Мы с вами находимся в Центральной Азии, и особенно интересно, что в этом сезоне именно центральноазиатские и в целом азиатские мотивы становятся источником вдохновения. Дизайнеры регулярно к ним возвращаются, но сейчас этот интерес усиливается. Центральная Азия будет играть важную роль в XXI веке: регион постепенно открывается, и все больше



талантливых дизайнеров из разных стран заявляют о себе на международной арене», - рассказал Станислав Зимин.

Эксперт привел в качестве примера цитату известного казахстанского дизайнера Айки Алеми: «Не будет преувеличением назвать Среднюю Азию, регион пяти «станов»: Казахстана, Узбекистана, Туркменистана, Таджикистана и Кыргызстана, – «слепой зоной» моды. Но этот регион таит в себе огромные возможности для индустрии». Например, именно проект художницы Асем Сапаргали – яркий пример того, как можно переосмысливать традиции через современную визуальную форму, один из удачных примеров неоэтники, набирающей обороты в Казахстане. Дебютная подиумная коллекция дизайнера создана по мотивам картины Питера Брейгеля «Притча о слепых».

«Интересна марка из Узбекистана дизайнера Nigora Hashimova, через коллекцию которой традиционные мотивы проходят тонкой нитью, точнее, лентой, аккуратно окаймляющей края жакетов и укороченных жилеток, как на расписных халатах – чапанах. В фокусе внимания бренда также куртки из иката, созданные с использованием ручных техник обработки ткани».



«Azucar Moreno, бренд узбекского дизайнера Камолы Рустамовой, сочетает аутентичное мастерство с элементами испанского костюма. Например, ткани икат, переработанные в платья в стиле фламенко, или жакеты с вышивкой и эффектными рукавами».



Тренд «Винтажный ковер»

«Я вижу, что мы движемся к крайностям: сочетанию базовых, успокаивающих, понятных вещей и того, что действительно может поразить воображение», – сказал Джадд Крейн, исполнительный директор по закупкам в Selfridges. Станислав Зимин привел его цитату в пример и отметил, что вследствие естественной усталости от минимализма максимализм внезапно обретает свежесть и новизну: *«Новый взгляд на ковры с орнаментом – шаг в этом направлении. Это не ковры региональных гостиничных сетей, они элегантные и выдержанные, вызывают нескрываемую ностальгию и отсылают к архивам прикладного дизайна. Они вдохновлены гобеленами, терновником в стиле ар-нуво или викторианской мебелью Артемида».*



При использовании информации обязательно указание источника – Международная выставка моды Central Asia Fashion Spring-2026; при использовании фотографий – пресс-служба Central Asia Fashion. Все исключительные права на материалы принадлежат организаторам – компании CATEXPO. Подробнее о CAF – на официальном сайте www.fashionexpo.kz и в социальных сетях проекта.