

Сценічні трансформації моди в культурі ХХ століття: від побутової реальності до віртуального кіберпанку

М. В. Сорока

Київський національний університет культури і мистецтв
Corresponding author. E-mail: marysya-@ukr.net

Paper received 20.03.20; Accepted for publication 15.04.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-232VIII40-04>

Анотація. Модні інновації у культурі ХХ століття визначаються в контексті сценічного синтезу мистецтв. Українська мода розглядається у ретроспективі і перспективі формування новітніх дизайнерських шкіл із дизайну одягу та адекватних засобів презентації образних варіацій в контексті візуальних та віртуальних інновацій.

Ключові слова: культура, мода, сценічний синтез мистецтв, дизайн, кіберпанк.

Постановка проблеми. У 60-70-ті роки відбувався складний пошук легітимності образного устрою національної культури в Україні. Пильна увага була прикута до таких майстрів авангарду, як М. Бойчук, А. Петрицький, В. Кричевський, О. Пчілка, О. Сластін та ін. Саме у цей період відбувається переосмислення народного мистецтва вже не на правах запозичення, а на правах генеалогії українського орнаменту. Народно-мистецький феномен трансформується досить своєрідно: за кадром модних інновацій особливо непомітний, позбавлений гострого діалогу культур, навіть виставок за кордоном, адже в Україні тогочасна мода перебувала у стадії пошуків і самовизначень. Мода пострадянського простору адаптувала традиції етнодизайну національних культур та інтенції постмодерних інновацій.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Мода як вид мистецтва у контексті метахудожнього синтезу досліджувалася у естетичних, мистецтвознавчих, психологічних вимірах її сценічних презентацій. Так, у монографії Н. Барної „Дизайн у контексті художньої культури ХХ – ХХІ століть” (Київ, 2015) надається естетичний аналіз проектної культури, де чільне місце посідає мода, у роботі Дж. Бартлетт „Fashion East: примара, що мандрувала Східною Європою” (Москва, 2011) здійснений культурологічний аналіз моди радянського та пострадянського суспільства, в культурно-історичному огляді Д. Єрмілової „Історія будинків моди” (Москва, 2003), в інтерв’ю та статтях історика моди З. Звизняцьківської „Хіпстери вічні”, „Ми були людьми з СРСР, „совками”, а зараз стали тими, ким є” (інтернет-видання) презентується власний погляд на формування сценічного простору моди в незалежній Україні, робота, присвячена детальному аналізу моди ХХ століття, Ш. Зелінг „Мода: століття модельєрів: 1900 – 1999” (Кельн, 2000) формує уявлення про тенденції формотворних інтенцій у моді ХХ століття, актуальна також розвідка про моду в Галичині З. Ткачко та О. Коровицького „Моделювання костюма в Україні ХХ століття” (Львів, 2000), та не менш актуальна стаття М. Ярошевського „Охлотелесугестія” (Москва, 2001), у якій визначаються психологічні механізми впливу віртуальної реальності на людину. Однак, малодослідженими залишаються сценічні ознаки візуального світу модних інновацій у просторі культури ХХ століття.

Мета статті – визначити візуальні константи формування сценічного простору модних інновацій протягом її еволюції у культурі ХХ століття.

Методологічні засади дослідження визначаються методом компаративного та системного аналізу в контексті культурно-історичної реконструкції формування образного інструментарію модних інновацій.

Виклад проблеми. У модній еволюції пострадянського простору налагоджуються контакти зі школами модного дизайну Східної Європи. Мода виходить за межі диктату диспозиції Схід–Захід, диспозиції буржуазна – соціалістична мода, виникає пом’якшена диспозиція стильових інтроверсій, яка свідчить про те, що продукт соціалістичної моди, тобто радянські модні видання і книги, присвячені правилам гарного тону, адаптували західні інтенції без ідеологічного риторичного протиставлення. Польща швидко почала адаптувати винаходи Пако Рабанна, Габріель Шанель та ін. Польський центральний модний інститут Мода польська під творчим керівництвом Ядвіги Грабовської і раніше зберігав вірність класичній естетиці Габріель Шанель. У 1966 році у його стінах створили молодіжну колекцію за мотивами і під впливом робіт французького модельєра Андре Курреже. У 70-ті роки стали знаковими такі імена, як В’ячеслав Зайцев, Тамара Макеєва, Тетяна Осьмьоркіна, Олена Гагаріна, Аліна Телегіна, які активно творили у Будинках моделей та публікували власні витвори у журналах мод. Фактично модельєри цієї епохи стрімко адаптували модний універсум, який на Заході формувався у рамках прет-а-порте. Прет-а-порте став новим імпульсом функціональної моди як масового виробництва, а образність майстрів набула своєрідності та оригінальності. Навіть В. Зайцев отримав прізвисько „Червоний Діор”. Звичайно, цього матеріалу недостатньо, щоб осмислити сценічно-комунікативний простір занепаду соціалістичної моди.

Важливо те, що майстри перехідного періоду адаптували інтенції Заходу, стали виступати на західній сцені і частково внесли зміни в образ Радянського Союзу, який сприймався достатньо негативно. Покази етновбрання В’ячеслава Зайцева отримали схвальні відгуки, хоча абсолютно відповідали офіційній ідеології, але на Заході здійснили певний переворот. Народні мотиви фігурують не просто острівними вкрапленнями, а суцільним образом яскравого простору моделі. Зайцев продемонстрував свою серію у таких країнах, як Канада, Японія, Франція, Італія, Югосла-

вія. Сцена моди вийшла на Захід, виник той необхідний і достатній діалог для плідної провокації нових запозичень і нових презентацій. Утім, легітимність власного модного пошуку виборювалась одиницями. Інші дизайнери залишались конформістами в рутинному полі стандартного мислення, а стандарт був досить простий. Апроксимація платонових тіл у спрощеній зоні уніформи, унісекс стають вже не модними. З одного боку, тотальна ювенальність і залежність від міні-спідниць у моді 60-х років свідчить про те, що жінка як підліток (це фактично звернення до 20-х років XX століття) мусить відстоювати себе поряд із чоловіком, і після отримання такої можливості плідно її використовує, а з іншого – мода більше орієнтується на арт-дизайн та етнотрадиції.

Мода хіпі презентує відомі вставки з бісеру, підв'язки, светри, джинси. Хіпі, які спали босоніж на галявинах, насолоджувалися безтурботним життям, вели вільний спосіб життя, бо за ними стояли батьки з капіталом. Коли зараз говорять, що хіпі закінчилися тому, що вони всі підросли, перетворилися на людей, які вже почали будувати вілли на Маямі, перейняли від батьків капітали і увійшли у спадкові права, то це так, і не так. Змінився час, протестні хвилі почали втомлювати. Мода на Бітлз і мода на елегантні костюми високої якості, з вузькими краватками і шогольськими чоботами з вузькими носами, шкірянки із блискавками, а також стильні зачіски, які нагадували зачіски групи Бітлз, – все це та, будемо казати, мода повсякдення, яка не мала впливу на вуличну моду, а лише Будинків моди. Якраз творчість М. Квант частково поєднала ідею лондонської вулиці революційно довжиною спідниці, яку уже носили молоді дівчата, частково зробила вже легальним бунт вулиці, який переходить на поміст і стає елементом презентаційної моди, яка має вигляд витвору мистецтва.

Міні-мода вписується в молодіжні бунти, в тотальний простір ювеналізації моди 60-х років. Європейський модний простір, який приходить за грати СРСР, формує свою особливу ювенальність, яка свідчить про те, що молодь у гуртожитку слухала Висоцького, Бітлз, носила міні-спідниці, адже не мала грошей, залежала від випадкового заробітку, не могла собі дозволити от такий нескінченний рай на землі, як хіпі. Отже, можна стверджувати, що спочатку міні-спідниця мала політичний та ідеологічний підтекст століття, символізувала протест проти буржуазної моди і розкріпачення сучасної жінки, а потім була адаптована всіма і втратила свою ідеологічну квазіреальність. Тобто легітимація міні-моди відбулась вже поза межами ідеологічних, протестних конструкцій.

Отже, в ці часи на Заході виникає багато модельєрів, які так чи інакше відкривають світ власне ювенальної, «планетарної лабораторії», що претендувала на омолодження людей, тобто на вічні претензії моди. В українській культурі хронометраж сценічних трансформацій дещо інший, ніж на Заході, тут мода як цикл формотворення охоплює два-три десятиліття, протягом яких визріває, виникає формотворчий епіцентр, адже інколи від створення робіт до їх виставки минає тривалий час. У цьому і складність цієї модельно-виставкової діяльності, яка створюється досить повільно. У Мистецькому арсеналі у 2017 році відбулася

fashion-виставка “IN PROGRESS. Дрес-код України доби Незалежності” – масштабна подія, яка вперше протягом місяця продемонструвала твори двохсот моделей одягу сорока українських дизайнерів. Отже, пунктирно намічено маршрут модних трансформацій, презентованих на виставковій сцені Мистецького Арсеналу, – «божевільний пострадянський авангард 1990-х», «важкий гламур 2000», «еко-тренди нульових». Легко помітити, що така диференціація модного простору має поетико-журналістський характер. Насправді, у Будинках моди визрівав модний андеграунд з його специфічною сценою, зокрема слід згадати праці Г. Забашти, Л. Семікіної, О. Коровицького, З. Тканко та інших.

У мистецтвознавстві XX століття фактично втрачається тотальність інтерпретації, приходить поліцентризм, пов'язаний зі східними культурами, із феноменом свідомості, що не лише констатує реальність, а і є самою реальністю. Так, утворюються міфологічні конструкції оптичного світу. Тобто кіно, фото, відео конструюють гештальти, патерни подібно до підсвідомого у психоаналізі, що дає можливість створювати ту охлосугестію, за Г. Ярошевським, коли людина сідає перед телевізором та переноситься на певну мегасцену впливу натовпу, охлосу [8]. Комунікація перетворюється на розсіяну дистант-реальність, де екстероцепція корелює із інтероцепцією, зануренням у підсвідоме.

В умовах візуального повороту змінюється статус мистецтва, моди зокрема. А. Усманова вказує, що в рамках цієї парадигми мистецтво більше не привілейована форма візуальних практик (до яких, поряд з мистецтвом, ми зараховуємо фотографію, рекламу, кіно, моду), мистецтвознавство вже не розглядається як домінанта дискурсу [7]. Сучасні дослідники визначають, що сутність повороту полягає у трансформації самої соціокультурної реальності, не лише прогресивної імагінації соціальної сфери, а зростанні ролі зображення у виробництві і трансляції знання, а насамперед те, що образ перестає сприйматися окремо від реальності як її «презентації», сам проникає в реальність, поєднується з нею, «виробляє» її.

Як **висновок**, можемо стверджувати, що образи як провідники вербальних сенсів за умов синтезу зображення і слова формують симбіоз мистецтв, сценічних мистецтв, зокрема моди, якщо ми говоримо про тотальну сцену XX століття. Функціонування образів, візуальної свідомості в пам'яті, уяві, фантазії є невід'ємною рисою їх існування. Візуальний поворот в моді все більше намагається віднайти адекватне вербальне поле або адекватну вербальну прамову оптичному як феномена буття людини. Все це свідчить про те, що вербальне і візуальне, сцена і людина ідентифікуються в одному просторі, де сцена закінчується і починається у залі з глядачем.

Мода тримається на вертикалі оптичного світу, який широко презентується в рекламі, кіберверсіях, доходить до кожного ока. Мода регіоналізується, сцена розбивається на сектори, маргіналізується. Культура і мистецтво виробляють той простір, в якому створюються власне технології артизації культури повсякдення. Ця сфера дає можливість презентувати моду в контексті візуальної культури. Мода в просто-

рі міста, в ландшафті, мода як така – це та мода, яка дає можливість жити і людині, і тварині. Так, тварин теж одягають, і достатньо екстравагантно. Сама соці-

альність мистецтва стає очевидною: соціум прямує до візуального конформізму.

REFERENCES

1. Bartlett, J. (2011). Fashion East: A Ghost Wandering Eastern Europe / Tran. from English E. Kardash. Moscow: New Literary Review [in Russian]
2. Ermilova, D. Yu. (2003). History of fashion houses. Moscow: ACADEMA [in Russian]
3. Kostina, E.M. (2002). Artists of the stage of the Russian theater of the twentieth century. Moscow: Russian Word [in Russian]
4. Selling, S. (2000). Fashion: The Age of Fashion Designers: 1900 – 1999. Cologne: Keneman [in Russian]
5. Strizhenova, T. (1972). From the history of the Soviet costume. Moscow: Sov. artist [in Russian]
6. Tkanko, Z., Korovitsky, O. (2000). Costume Model in Ukraine of the XXth Century. Lviv: Brothers Siritsinsky i K [in Ukrainian]
7. Usmanova, A. Visual research as a research paradigm. URL: viscult.ehu.lt/article.php?id=108 [in Russian]
8. Yaroshevsky, M.G. (2001). Ochlotelesuggestion // Advertising, suggestion and manipulation. Moscow: BAHRA-M [in Russian]
9. Zvynyatkovska, Z. (2015). Hipsters are eternal. URL: zbruc.eu/node/37904 [in Ukrainian]
10. Zvynyatkovska, Z. (2017). We were people from the USSR, "scoops", and now we are who we are. URL: <https://elle.ua/ludi/interview/mi-buli-lyudmi...> [in Ukrainian]

Stage Transformations of Fashion in Twentieth-Century Culture: From Home Reality to Virtual Cyberpunk

M. V. Soroka

Fashion innovations in the culture of the twentieth century are defined in the context of stage synthesis of the arts. Ukrainian fashion is considered both in retrospect and in the perspective of the formation of the latest design schools for clothing design and adequate means of presentation of imaginative innovations in the context of visual and virtual innovations.

Keywords: culture, fashion, stage synthesis of the arts, design, cyberpunk.