

Мельник М.Т.

кандидат мистецтвознавства, доцент

Київського національного університету культури і мистецтв

КЕМП У МОДІ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТЬ

У статті аналізуються естетика поняття «кемп» у контексті художньої культури постмодернізму, творчість феши-дизайнерів і еволюція сприйняття моди.

Ключові слова: кемп, масова культура, мода постмодернізму, феши-дизайнери, феши-кемп, кіч.

В статье анализируется эстетика понятия «кемп» в контексте художественной культуры постмодернизма, творчество феши-дизайнеров и эволюция восприятия моды.

Ключевые слова: кемп, массовая культура, мода постмодернизма, феши-дизайнеры, феши-кемп, кич.

In the article aesthetics of concept|notion| «camp|» is analysed|assaid| in the context of artistic culture of postmodernism|, creation of fashion designers|displayman| and evolution of perception of fashion.

Key words: camp|, mass culture, fashion of postmodernism|, fashion designers|, fashion camp|, kitch|.

Еволюція сприйняття моди, її постійне прагнення до оновлення, з одного боку, і «вичерпаність» у контексті художньої культури постмодернізму з іншого, вимагають уваги до великої кількості стилів, напрямів та явищ, ще не досліджених на ниві мистецтва моделювання костюма і оформлення зовнішності. Серед них естетика кемпу, що вже давно проникла в моду, визначає імідж багатьох людей та творчий почерк провідних дизайнерів.

Термін «кемп» вперше введений в обіг 1954 року письменником К. Іпервудом у романі «Світ увечері» [5], але в широкий ужиток ввійшов через десять років, після публікації критиком культури С. Зонтаг есе «Про кемп» [2], де автор визначає його не тільки як певну екстравагантну поведінку та манери, а й як метастиль, присутній в історії культури, принаймні, з середини ХVIII століття.

Серед сучасних досліджень кемпу присвячено невеликі розділи в «Історії потворності» за редакцією У. Еко [3] та у праці О. Вайнштейн «Денді: мода, література, стиль життя» [1]. Проте автори не розглядають кемп у контексті художніх практик та образів моди. Завданням даної статті є уточнення значення та визначення особливостей феши-кемпу.

„Лексикон нонкласики” за редакцією В. Бичкова тлумачить кемп як „специфічний витончений естетичний смак і спеціально культивовану чуттєвість, що лежить в його основі, особливе естетичне відчуття, орієнтоване на все неприродне, перебільшене до гротеску, деколи вульгарне і бруталне, часто таке, що шокує пересічний смак,

манірне, кітчeve, безсоромне, порнографічне, але часто і гранично витончене в своєму естетизмі як в житті, так і в мистецтві» [4]. Для того, щоб уточнити таке узагальнене визначення, звернемося до етимології.

Слово «кемп» походить від французького сленгу *se camper*, що означає «підкреслено позувати». Відповідно до цього кемпом можна назвати все умисно удаване, перебільшене для більшої переконливості. Із самого початку дослідження кемпу робилися спроби «розсортувати» його різні прояви. Так, Ішєрвуд поділяв кемп на «низький» і «високий». Перший – низькопробний, часто несвідомий, тоді як другий – «справжній», елітарний, естетський. Схожі різновиди й у Зонтаг, яка виокремлює «наївний» і «серйозний» полюси цього феномену. Наївний кемп, на думку вченої, – чиста, простодушна спроба «зробити красиво», а серйозний обтяжений неоднозначностями, умисним розвінчанням суспільних стереотипів, він *акцентує свій цинізм*.

Увагу мистецтвознавців «високий» кемп привернув у 1960-х роках, що пов'язано з новою тенденцією в культурі — відмовою від універсальних, вічних ідей та цінностей. Це був час розвою контркультури, що значно підірвала поняття «елітарність». Пріоритетними стали ті напрями, які всіляко намагалися нехтувати громадською думкою, протестувати проти всього традиційного і виходити тільки з власної самоцінності та своєрідності. Цим принципам повною мірою відповідала естетика кемпу, яка приділяє увагу не глибинному, а поверхневому, прагне до суб'єктивності, а не реалістичності.

Кемпове перебільшене й удавано серйозне сприйняття мистецтва сповнене цинізму. Воно дозволило інтелектуалам примиритися з убогістю масової культури, яка набула значного розвою в другій половині ХХ століття.

Масова культура – це культура надлишку, перевиробництва, а відтак прискороженого споживання, що ослаблює гостроту сприйняття, притлумлює відчуття. Її поширення спричинене економічними чинниками, а тому незворотне. Кемпове ставлення до неї стало своєрідною відповіддю на її тотальний тиск.

Перебільшене «захоплення» розраховано на масовий смак продукцією тих, хто розуміє справжню суть і цінність всього нав'язаного, з одного боку, було мефістофельським схилинням голови перед пригнобленням, а з іншого – забезпеченням власного привілейованого статусу. Оскільки засилля масового не можна уникнути, то відразу до його безпосереднього споживання знайшла свій вияв у кемповій, «збоченій» насолоді від усвідомлення власної винятковості. Кемпування над масовим дозволило еліті зайняти позицію безпристрасного спостерігача, самоусунути, перестати бути частиною маси.

Кемп нічого не перекидає, не ставить «погане» на місце «хорошого» чи навпаки, а пропонує для мистецтва (також – життя) якийсь відмінний – додатковий – набір стандартів, нейтралізуючи будь-яку агресію, підтримуючи легкість і гру. Цим критеріям повною мірою відповідає найбільш актуальний художній напрям 1960-х – поп-арт, який романтизує цінності суспільства масового споживання та видає за високе мистецтво банальні речі. Так, Енді Ворхол розмальовує фотографії та зображає на своїх полотнах банани, Рой Ліхтенштейн збільшує до розміру картин комікси, а Клаєс Ольденбург вражає гігантськими гіпсовими муляжами гамбургерів.

У художній культурі постмодернізму кемпове перебільшення почали сприймати

як своєрідний мистецький прийом, за допомогою якого низькопробні популярні твори можна «дотягнути» до розряду «шедеврів», перетворивши їх на іронічну стилізацію самих себе. У такому значенні кемп яскраво проступає у серіалі «Бетмен» (1966–1968 рр.) – одному з перших прикладів самопародіювання жанру. Раніше теж були екранізації коміксів, розраховані на тих, хто вже читав їх, але «Бетмен» висміював усе: сентиментальні діалоги, неправдоподібний сценарій, безглузду вичищену природу героїв, що весь час грали надмірно серйозно. Шоу користувалося успіхом – діти сприймали його як казку, дорослі вважали «кумедною» таку пишномовно перебільшену дурість.

Зразки кемпу можна знайти в різних видах художньої культури: архітектура Лас-Вегасу, музика Тома Джонса, фільми Джона Вотерса (як, наприклад, «З'їж свій макіяж» (1968), «Багаторазові маніяки» (1970), «Рожеві фламінго» (1972), «Поліестер» (1981), «Лак для волосся» (1988), «Серійна мама» (1994), «Брудний сором» (2004). Досить специфічно естетика кемпу проявилася у фешн-сфері.

Найяскравішим прикладом кемпового оформлення зовнішності можна вважати яскраві образи акторів-травесті, які, втілюючи персонажів протилежної статі, створюють гіперболізовані образи «чоловіків» чи «жінок» за допомогою найочевидніших, найпростіших для сприйняття засобів: перук, гриму, накладних вій і грудей (чи вусів), відповідних костюмів. У реальному житті найбільш кемповими є іміджі повій і трансвеститів, які надмірно жіночне вбрання доповнюють так званими «символами справжньої елегантної леді» – корсетами, -капелюшками, пальчатками, високими підборами, великою кількістю аксесуарів та яскравим макіяжем.

Найпершими і найбільш помітними представниками «високого», елітарного фешн-кемпу були денді. Центральна ідея дендизму – життя як театр, як маскарад – проявилася в тому, що естетизм став життєвою програмою його представників, поведінка яких нагадувала особливий жанр перформансу, що розігрувався з метою диктувати і втілювати хороший смак. Своє розуміння прекрасного денді виражали в манері ходи, в міміці й жестах, в деталях і колористиці костюму. Підкреслену виразність усього цього можна розцінювати як очевидне перебільшення міри, але воно – програмного характеру.

Дендистська експресивність завжди продумана і дозована, це – вмілий баланс між серйозністю й іронічною самопародією. Вагомі мотиви такої поведінки – не лише бажання бути поміченими, але й продемонструвати свою перевагу над недалекими буржуа з їх наївним есгібіціонізмом, грубим виставлянням розкошів при відсутності смаку. Естетичні пріоритети денді – це результат небажання уподібнитися вибору інших, а звідси й демонстративне загравання з «поганим смаком» як засіб відокремлення від них. Виступаючи і практиком «чистої краси», і критиком інших, денді залишає за собою право визначати канони «вишуканого стилю», розповсюджуючи свій соціальний снобізм.

Денді були не винахідниками, але першовідкривачами кемпу, оскільки вони вперше усвідомили і освоїли його естетику. Своєрідну «програму дендистського кемпу» сформулював Оскар Уайлд. Він вважав, що краса – це суть природи і мета існування, а життя повинно бути перетворене на мистецтво, як за суттю, так і у всіх своїх проявах: «Треба або бути витвором мистецтва, або носити витвір мистецтва».

Надмірно елегантні костюми Уайльда, які він часто моделював сам, – це яскраве втілення кемпу. Їх підкреслена сценічність знімала звичайні знакові функції одягу: не

можна було «прочитати» соціальний статус, важко було судити про особисті якості Уайльда, про його характер і політичні погляди, але можна було з упевненістю сказати лише, що ця людина проводить достатньо агресивну саморекламу і виражає протест проти «нудного» чоловічого одягу ХІХ століття.

Уайльд підпорядкував все своє існування єдиному зразку, формулі витонченості, що не позбавляла його стиль гідності. Він завжди був на висоті, навіть коли сміявся над самим собою (що він частенько робив), умів дивитися на свою дендистську маску з боку, і частково завдяки цій здатності став автором чудових п'єс, де разом з іншими героями виведені і чепуруни.

Про лорда Горінга з «Ідеального чоловіка» автор пише: «Абсолютно позбавлена виразу особа – маска вихованості. Розумний, але всіляко це приховує. Бездоганий денді, він більше всього боїться, щоб його не запідозрили в чутливості. Життя для нього гра, і він в повному ладу зі світом. Йому подобається бути незрозумілим. Це ніби прославляє його над оточуючими». Кемп, як тонкий баланс між наївністю і серйозністю, допомагає митцю утримувати інтонацію самопародії.

Устами своїх героїв Уайльд викладає власні переконання: «... модне те, що носиш ти сам. А немодне те, що носять інші», «Абсурдно поділяти людей на добрих і лихих. Люди або чарівні або ж нудні», «Бути природним – це поза, і найненависніша людям поза!». Ці репліки є афоризмами, що пояснюють суть естетики кемпу.

Важливим для розуміння кемпового відчуття «еквівалентності» речей є надзвичайна увага Уайльда до банальних дрібниць на зразок блакитної порцеляни, дверних ручок, шийних хусток і бутоньерок [1].

Але не лише денді, а й увесь стиль «модерн», як пише Зонтаг, – це кемп. Поза сумнівом, всі прагнення перетворити життя на мистецтво, вся манірність і надмірні стилізації є найбільш класичним прикладом кемпової естетики початку ХХ століття, коли модно одягнені жінки вдавали з себе «казкових німф».

Можливо, й не настільки «чисто» кемп виявився в жіночій моді 20-х рр. ХХ ст., коли дівчата вдавали з себе *la garson*, тісно бинтуючи груди та палячи цигарки в мундштуках.

У 1930–1940-х рр. найбільш помітними зразками кемпу були такі «еталонні», «архетипічні» зразки жіночності як Мей Вест, Грета Гарбо, Марлен Дітріх та Джоан Кроуфорд: «обличчя-сфінкси», ідеальні зачіски, підкреслено розкішне вбрання та сповільнені манірні рухи – все штучне, стилізоване, протиприродно перебільшене. Їх наслідували мільйони прихильниць по всьому світу, вдаючи з себе «богинь екрану».

Кемповими «іконами» моди 1950–1960-х рр. були зірки «секс-символи» – банально принадні Джейн Менсфілд, Джина Лоллобріджіда, Джейн Рассел, Бريدжит Бордо і, звісно, Мерлін Монро, які у всіх ролях були підкреслено звабливими й поверховими, майже неприховано однаковими.

У моді постмодернізму кемп, як художній засіб, орієнтований на пошук нових можливостей використання того, що раніше відносилось до сфери «несмаку» і за допомогою чого можна породити подвійну інтерпретацію. Оскільки він не розцінюється як щось «прекрасне» чи «жахливе», а сприймається як «дивне», «незвичне», то це дозволяє активніше впливати на свідомість реципієнтів. Дивне – надзвичайно банальне,

просто чи навіть вульгарне, але зовсім не екстраординарне, не агресивне, не шокує. Кемп вирізняється якраз легкою, театралізованою чарівністю, якою, починаючи з 1960-х рр., володіє висока мода.

Haute Couture, що в цей час поступово перетворювалася з моди для еліт на рекламний засіб масової моди, стала певним видом «мистецтва для мистецтва». Проте слід зауважити, що не всі творіння кутюр'є можна віднести до кемпу, а лише демонстративно «витончені», підкреслено «розкішні» – сукні, які в епоху масового виробництва виготовляються вручну з коштовних тканин, бісеру, стразів та пір'я, як, наприклад, перебільшено жіночні образи колекцій Крістіана Діора чи П'єра Бальмена.

Серед провідних кемпових дизайнерів 1970-х рр. – британська бунтарка Вів'єн Вествуд, яка знаходила «хороший» смак серед «поганого», сміливо використовуючи елементи панк-стилю. Якщо до цього модники «вдавали» розкіш, то прихильники Вествуд, навпаки, одягаючи дорогий дизайнерський одяг, підкреслено імітували вуличну моду.

У 1980-х рр. значний вплив на моду мали «мільні опери», що були популярні у більшості країн світу – «Даллас» (1978–1991) та «Династія» (1981–1989). Побудовані на суцільних перебільшеннях, вони переповнені нереально загостреними сюжетами, однозначно позитивними та негативними героями, типажними акторами. Все це поєднується з драматичною претензійністю і, комбінуючи реальність з театральністю, унікальність із стереотипністю, містить одночасно елементи жанрів трагедії і комедії, еротики і детективу. Таке «мистецтво» може викликати сильні емоції, але в кожному повороті сюжету і в кожному персонажі проступає їх надлишковість, явні фальсифікації. При цьому оцінка всіх очевидних суперечностей надає можливість глядачам отримати додаткову насолоду від іронічного висміювання нісенітниць.

Ці серіали яскраво втілили культ насолоди розкішшю і стали «абеткою» моди на сукні-костюми, вузькі спідниці, накладні плечі, об'ємні рукави, затягнуту талію, пишні зачіски, високі підбори та яскраві кольори (фуксія, бірюзовий, пурпурний, синій і червоний). Костюми героїнь, перевантажені декоративними елементами та масивними прикрасами, хоч і критикувалися за вульгарність, але повністю відповідали «духу часу» і їх модифікації в реальному житті стали основою для створення кемпових іміджів численних прихильниць цих серіалів.

Також у 1980-х рр. стали популярними і значною мірою вплинули на смаки сучасників такі кемпові персонажі, як Девід Боуві, Грейс Джонс, Бой Джордж, Мерлін Менсон. Всі вони різні, але однаково перебільшені – це не живі люди, а «персонажі» з власним дивакуватим стилем.

Мерлін Менсон, наприклад, «вдає» з себе «сатаниста», «роздуваючи» свій образ і згладжуючи його жахливість гротеском. Його псевдонім – сплав імені прекрасної Мерлін Монро та прізвища серійного маніяка Чарльза Менсона, обличчя вкрите білою маскою гриму, тіло – татуваннями стандартних символів-кліше зла, костюми є інтерпретацією дендизму графа Дракули. Епатаж артиста передбачуваний і подекуди смішний – це образ, швидше, «ярмаркового чортика», ніж «втілення зла».

У моді кінця 1990-х рр. кемповою можна назвати творчість Жан-Поля Готьє і Террі Мюглера, які створювали колекції *Haute Couture* одночасно грайливі й серйозні.

«Серйозність» Готьє скидає традиційні переконання, висміює буржуазну пристойність, яку він неодноразово порушує, одягаючи моделі у класичні костюми з декольтованою спиною чи прозорі вечірні сукні. В той час Мюглер агресивно експлуатує сексуальну виразність жіночого тіла і пропонує «ідеальних» королев гламуру, образи яких настільки підкреслено театральні та фетишизовані, що сприймаються гумористично.

На межі ХХ–ХХІ ст. багато фешн-дизайнерів грається з умовностями, обмеженнями, естетичними і моральними критеріями, диктованими суспільством. Їх кемп безпосередньо не спрямований проти базових цінностей, але явно протиставляється мейнстріму, вловлює в останньому певну неузгодженість, показує наскільки кожна норма є соціально сконструйованою. Це одночасно і критичний аналіз і жарт: дизайнер бере якусь соціальну норму, прискіпливо її аналізує, а потім презентує її перебільшено – як певну алюзію, кумедний натяк. Він не стільки грайливо розвінчує *серйозність*, скільки викликає до неї нове, складніше ставлення. Яскравим прикладом такої творчості є робота Марка Джейкобса для культового будинку моди «Луї Віттон». Дизайнер створює шкіряні «підробки» клітчатих сумок базарних «човників» та розписує коштовні шкіряні речі графіті, а його клієнти, купуючи ці коштовні знахідки, вдають своє легковажне ставлення до приписів моди.

Фешн-кемп не може сприйматися серйозно, тому що він завжди «надто». Він вимагає особливого роду чуттєвості, що замішана на гротеску, перебільшенні, культурі штучного. Через використання модою «поганого смаку» явно проступає неоднозначність розуміння самого поняття «смак», оскільки «відчуття» кемпу дозволяє побачити красу всупереч упередженням там, де більшість її не знаходить і показати «хороший смак» через «несмак». Це дозволяє кемпу залишатися естетикою вузького кола посвячених. Звідси й особлива театральність кемпу: лише ті, хто вмів з гідністю носити маски і впізнавати за ними «своїх», можуть розраховувати на розуміння цієї культури. Кемпери своїм виглядом ніби говорять: «Мій смак настільки бездоганий, що я все можу перетворити на модне й стильне». Вони показують свою вищість, виставляючи напоказ свій «демократизм» та дозволяючи собі іміджі, які не можна серйозно сприймати.

Часто кемп вважають способом прикрити низьку якість і видати за мистецтво щось не варте уваги. Але він, на перший погляд, тривіальний і поверховий, розвінчує упередження, витончено і приховано подаючи їх як іронію. Кемп викликає замість осуду посмішку і співчуття, не усуває серйозність, але породжує нове, складніше ставлення до всього.

У кемповій моді не має ніякого значення що ви одягаєте, поки й оскільки ви одягаєтеся зі смаком. Смак заміняє соціальні маркери: модним є не той, в кого дорогі речі, а той, у кого вони гармонійно підібрані. Тінейджери, нужденні митці, поп-зірки, дизайнери й моделі – всі можуть бути однаково стильними. Кемп, оминаючи стереотипи і приписи, робить всіх учасників моди вільними, дозволяє їм відважно і дотепно синтезувати речі несподіваних стилів, різних модних сезонів чи неоднакової якості: можна злегкою душею купити розкішний костюм престижної марки і оздобити його аксесуарами, віднайденими серед непотребу на блошиному ринку – кемп дозволяє «грати за власними правилами». Головне при цьому нарочито виставляти напоказ театральність, грайливість, гордитися власною надмірністю.

Важливо також відмітити, що оскільки сприйняття й оцінка модних образів кардинально змінюються з часом, то практично будь-що може «перетворитися» на фешн-кемп. Майбутнє може підвищити цінність того, що здається просто нудним і позбавленим фантазії тепер, адже процес старіння припускає необхідне для пробудження деякої симпатії віддалення. Час ніби «перекроює» межі банальності й тому завжди кемповими будуть образи людей літнього віку, одягнутих за «останнім зойком» моди часів їх молодості.

У сучасному фешн-дискурсі «кемп» часто використовують як синонім до поняття «кіч», проте між ними є принципова різниця.

Кіч (від нім. *kitsch* – підробка, дешева річ) – це банальні речі, цінність яких надбувана використанням стереотипів. Він, на відміну від кемпу, не перебільшено-гумористичний, а спекулятивно-прагматичний. У повсякденному житті кічем буде імідж «модника», одягнутого в підробки брендових речей, який, при цьому, сприймає себе серйозно і розраховує на захоплення оточуючих.

Кічем у високій моді є творчість Карла Лагерфельда для «Шанель». Дизайнер, відійшовши від творчих принципів Коко, використовує лише знакові зовнішні атрибути: чорно-білі кольори, оздоблення кантом та золоті гудзики, за допомогою яких «вдає» стиль засновниці будинку мод. Натомість *Haute Couture* Джона Гальяно для «Діор» – це кемп, в якому перебільшено діорівські образи грайливі і гумористичні.

Таким чином, фешн-кемп – це іронічно перебільшене виставляння напоказ нарочитої, майже карнавальної образності. Він дозволяє підкреслено добродушно «підноситися» над тимчасовими тенденціями моди і з гумором показувати «хороший смак». У сучасній моді, для якої характерні девальвація естетичних цінностей та панування комерційних орієнтирів, кемп служить засобом виділитися, ніби ненароком підкреслити елітарність власного стилю.

Література

1. Вайніштейн О. Вайлдівський дендизм и кэмп / Вайніштейн О. Б. Денди : мода, література, стиль життя. – М. : Новое литературное обозрение, 2006. – С. 469–475;
2. Зонтаг С. Проти інтерпретації. – К. : Кальварія. – 2006. – 320 с.;
3. Кемп // История уродства / Под ред. Умберто Эко. – М. : Слово / Slovo, 2007. – С. 408–418;
4. Лексикон нонкласики. Художественно-эстетическая культура XX века / Под ред. В. В. Бычкова. – М. : «Российская политическая энциклопедия» (Росспэн), 2003. – С. 261;
5. Isherwood C. *The World in the Evening*. – University of Minnesota Press. – 1999. – 312 pp.