

УДК 792.78(477)

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ АРТ-ПРОЕКТУ У ВИДОВИЩНІЙ КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕАТРАЛІЗОВАНИХ FASHION-ШОУ)

Логвінова О.О.

Харківська державна академія культури

Розглядається сутність, основні риси, особливості постановки та місце в культурі сучасних арт-проектів на прикладі fashion-шоу. Виявлено основні тенденції української модної індустрії, яка переймає західні взірці у проведенні модних показів, але і одяг і постановка, набирають суто національних ознак. Охарактеризовані репрезентативні моделі сценічної діяльності в сучасній видовищній культурі на прикладі полістилістичних театралізованих форм. Проаналізовано форму fashion-шоу, що сполучає різні елементи дії (наприклад, дефіле моделей у класичному розумінні на подіумі і постановочні номери повітряних акробатів, танцювальні дефіле моделей-стюардес і розіграші подарунків, виступ поп-виконавця і дитяче дефіле). Охарактеризовано fashion-шоу в цілому як монтажний, мозаїчний, атрактивний та еkleктичний арт-проект – прояв сучасної видовищної культури.

Ключові слова: театралізація, видовищна культура, арт-проект, fashion-шоу, мода, шоу.

Постановка проблеми. Розвиток видовищної культури перебуває на етапі, коли змішування та синтез виявляються визначальними якими будь-якого її напрямку, і в першу чергу арт-проект, як її основної одиниці. Актуальність визначення процесу синтезу обумовлена трансформаційними процесами, що відбуваються у видовищній культурі нині. Серед таких поєднань особливим поєднанням двох – моди і шоу у синтетичну театралізовану форму видовищної культури – fashion-шоу, яка розкриває тенденції та перспективи трансформації синтетичних театралізованих форм. Видовищна культура відображає результати роботи модної індустрії, яка залюбки демонструє свої надбання глядачам і споживачам. Історична ретроспектива вказує на започаткування демонстрації моделей одягу з метою піддати їх до колективного відбору, але нині демонстрація моделей відбувається вже як затвердження нових взірців чи культурних зразків серед глядачів-цінителів, а форма, в якій ця демонстрація відбувається, набуває більш видовищного і театралізованого вигляду – шоу. Саме постановкою, яка стає оздобленням показу моделей, автори fashion-шоу намагаються привернути увагу, обираючи в якості сценічного майданчика особливі місця, адаптуючи їх до створення одного з найяскравіших арт-проектів сучасності – fashion-шоу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатозначність fashion-шоу зумовлює необхідність аналізу її основної складової – моди, яка породила різноманітні методологічні підходи до її вивчення: концепція наслідування (Г. Спенсер, Г. Тард, Г. Зіммель), теорія демонстративної поведінки (Т. Веблен, В. Зомбарт), концепція пояснення моди на основі колективної поведінки (Г. Блумер), семіотичний підхід до вивчення моди (Р. Барт, Р. Сеннет, Ж. Бодрійяр). Спільним для всіх концепцій є визнання моди важливим соціальним феноменом, який впливає на людей. На думку відомого німецького соціолога Г. Зіммеля, мода одночасно передбачає наслідування й індивідуалізацію. Людина, що слідує за модою, одночасно і відрізняє себе від інших, і стверджує свою приналежність до певного прошарку чи групи.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасне мис-тецтво розташовується в контексті високотехнологічної культури, що виробляє інтенсивний потік аудіовізуальних феноменів, які мають зовнішні ознаки художнього тесту. В цьому випадку fashion-шоу – це наочна, візуалізована складова образів, іміджів і символів видовищної культури, а її соціальна сутність виражається у сучасності, універсальності, демонстративності та грі [5, с. 16-29.]. Культурологі і соціологі завжди цікавила складна природа моди, її мінливість і розвиток згідно з динамікою розвитку суспільства, але не існує досліджень, пов'язаних із видовищною складовою моди, завдяки якій відбувається демонстрація нових колекцій, майбутніх тенденцій та у цілому досягнень модельєрів як творців сучасної культури.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є необхідність визначити особливості формування синтетичної театралізованої форми сучасної видовищної культури – fashion-шоу.

Виклад основного матеріалу. Як відображення тенденцій розвитку сучасного споживання «культурних продуктів», fashion-шоу розглядаємо не лише як театралізовану форму, а і як складову суспільної структури культурного простору З цього приводу Х. Ортега-і-Гассет вважає, що в новій констигуції культури провідною цінністю стала вітальна інтенція, що реалізує форми життя. В результаті зміни світоглядних установок і традиційних цінностей конструюється нова система культури, яка несе в собі принцип можливості трансформації та структурного перегрупування елементів. Одним із втілень трансформацій є феномен моди. В умовах нескінченно зростаючого обсягу інформації, що стрімко змінюється, в сучасній культурі загострюється проблема особистісного вибору, в тому числі і в галузі новацій, що виникають в результаті функціонування феномена моди. Особливо гострою ця проблема стає в суспільстві масового надспоживання, в існування якого мода вносить істотний внесок, маніпулюючи свідомістю особистості.

Однією із східностей між видовищною культурою і модою, як однією з базисів її арт-проектів, є той факт, що вони впливають одночасно на велику

кількість людей. Поєднання моди і шоу набуває все більшого розвитку та розповсюдження в сучасній видовищній культурі. По всьому світу відбуваються модні покази, які вже не лише демонструють колекцію модельєра-дизайнера, а й мають певну театралізацію, коли моделі виходять на подіум у певному образі, а художнє оформлення включає усі можливості сучасних технологій сцени. Найцікавішим є той факт, що мода виходить за рамки звичайного подіуму в залі. Моделі демонструють одяг в аеропорту, уздовж басейну, в електропоїзді, на Великій китайській стіні, в пустелі, на мотоциклах на трасі, на вокзалі тощо. Цей факт існує всупереч ключовій рисі повтору в моді, тому що кожен модельєр намагається знайти такий новий оригінальний сценічний простір для показу своєї колекції одягу, який до нього не використовувався. Переважно це урбаністичні місця, які не пов'язані із мистецтвом, але відображають сутність сучасних міст.

Неможливість існування моди без прагнення до індивідуалізації Г. Зіммель доводить тим, що в примітивних суспільствах, які характеризуються максимальною соціальною однорідністю, де відсутнє прагнення виділитися із загальної маси, відсутня й мода. Саме ці фактори є визначальними під час постановки демонстрації модних надбань, які у формі шоу подаються до масового перегляду, заворожуючи засобами театралізації, іноді, шокуючи глядачів відвертістю чи новизною, до якої широкий загал аудиторії переважно не готовий. Таким чином, через fashion-шоу видовищна культура багато в чому виражає тенденції культури масової, використовуючи канони й семіотику інформатизованого, тиражованого суспільства. Щось схоже відбувається і в моді, де діалектика відображення дійсності в цілому така, при якій формування модного пізнавального образу передбачає в ньому протилежність – застосування знаків, елементів умовності. Г. Спенсер зазначав, що «мода за своєю природою видається явищем наслідування...Вона може з'явитися під впливом поваги до того, хто збуджує наслідування, чи бажанням висловити, що знаходиться з ним на одному щабелі» [10, с. 58]. Цю думку також підтримує у своїх дослідженнях Г. Тард: «...верховний закон наслідування» – це прагнення до нескінченного поширення, а результатом його застосування (у контексті аналізу поведінки народів) – моду: «...коли даний народ засліплює інших своїм блиском, останні починають його наслідувати. Це-таки поширення наслідування за межі даної національності, яке я назвав модою, становить, по суті, не що інше, як перенесення закону, керуючого становими відносинами, в галузь міжнародну» [11, с. 215].

Через fashion-шоу наслідування визначається не як сторона моди, а як механізм, який полягає в копіюванні одним суб'єктом поведінки іншого. Мовою моди це виражається в тому, що одна людина прагне носити такий же одяг, як і інші. При цьому «модне» наслідування здійснюється відповідно до загальних законів наслідування: від внутрішнього до зовнішнього – тобто внутрішні зразки викликають наслідування раніше, ніж зовнішні. Подібно до того, як духу релігії наслідують раніше ніж обрядам, ідеям нової моди наслідують раніше ніж модним ви-

бам. Нижчі на соціальних сходинках наслідують вищих (провінція наслідує моду центру, дворянство – королівського двору) і т. д. Наслідування у цілому є провідною рисою мистецтва, ще з часів давньогрецького мімесису, який також знаходить продовження у театралізованих формах видовищної культури. І в наш час народження нового – це найчастіше повтор вже існуючого чи то за формою, чи за змістом.

Поява у видовищній культурі fashion-шоу викликана особливостями її регуляторних функцій, які пов'язані саме з модою, як основною складовою досліджуваної театралізованої форми. Повертаючись до висновків Г. Блумера щодо аналізу моди, беремо за основу його визначення трьох основних соціальних функцій моди, які також вважаємо характерними для fashion-шоу. *По-перше*, мода впроваджує певну міру однаковості та однаковості за допомогою відбору з різних культурних моделей однієї, яка інтерпретується як норма, і, таким чином, примушує до її прийняття. В іншому випадку, якби різні конкуруючі між собою моделі приймалися в рівній мірі, виникала б ситуація безладу і вавилонського стовпотворіння. У цьому відношенні мода в рухомому суспільстві виконує ту ж регулюючу функцію, що звичай у суспільстві нерухомому. Остання теза Г. Блумера якраз і трансгресує моду у видовищну культуру, в якій традиційні свята й обряди відіграють роль стабільного культурного фундаменту, а сучасні театралізовані форми захоплюють глядачів, тим самим пристосовуючи їх до трансформацій та технологічних змін навколишнього світу.

Інша цікава функція, співзвучна з fashion-шоу – це забезпечення можливості розриву з найближчим минулим і підготовку до найближчого майбутнього, причому вона впорядковує цей процес переходу від минулого до майбутнього. Представляючи нові різноманітні культурні моделі і піддаючи їх колективному відбору, мода стає засобом пристосування до мінливого, непостійного світу. Тому, мабуть, так склалось, що мода обрала найприємнішу форму вираження – театралізоване fashion-шоу. Нині цей напрям дуже активно розвивається, про що свідчать все частіші покази, фестивалі моди, створення інтерактивних демонстраційно-торгівельних шоу-румів, які розвиваються як окремий прошарок видовищної культури.

Ще однією функцією виступає виховання і формування спільності сприйняття і смаку, оскільки поточна «мода» на протигагу дивацтву і недоречності минулих «мод» зрозуміла і природна [2, с. 3]. В цьому випадку елементи театралізації впливають на формування сучасних модних трендів, нових тенденцій в одязі.

Необхідним є також визначення сучасної термінології у сфері моди та у видовищній культурі, що із нею пов'язана. Визначення понять формуються в результаті взаємодії історично сформованих галузей діяльності у культурі, а також як наслідки міжнародного співробітництва художників, модельєрів, стилістів, виробників модного одягу, що зажадало вдосконалення універсальної мови професійного спілкування. Перші наукові дослідження в цьому напрямку націлені на вирішення комплексу складних теоретичних

і практичних завдань (Т. Долгова, А. Матосян, І. Попова, Т. Терешкович). Історично склалося, що галузева терміносистема моди містить інтернаціональні одиниці, а також безліч термінів з англійської, французької, італійської, німецької, іспанської та російської мов. Саме у цих мов є найбільші шанси поповнення словника моди інтернаціональними одиницями. У видовищній галузі визначальними стали давньогрецькі поняття, які доповнювалися згодом слов'янськими, італійськими, німецькими, французькими. А сьогодні найбільш розповсюджене створення одиниць терміносистеми з англійських слів, транскрипція яких адаптується до конкретної мови. Пік популярності англійської термінології продиктований процесом глобалізації культури, впливом на неї стилів мистецтва, винаходом нових матеріалів, удосконаленням технологій.

До розряду інтернаціональних термінологічних одиниць, які найчастіше використовуються у сфері моди, останнім часом належать brand, trend, look. Термін «бренд» (англ. Brand) означає марку товару. Він може містити інформацію про компанію-виробника, сам продукт або послугу. Цей термін сприймається як єдине позначення (назва, символ, гасло, ідея), безпомилково пізнаване споживачами. *Тренд* у моді – це актуальний (найближчий, короткостроковий) напрям моди, тенденція розвитку моди, що періодично повторюється або впроваджується. Термін «лук» (англ. Look) – це добре продуманий цілісний образ, створений за допомогою ретельно підбраного одягу, аксесуарів, зачіски [9, с. 1261-1262]. Ця термінологія вживається у ХХІ ст. в усіх напрямках культури. У сучасній лінгвістиці зростає інтерес до дослідження певних лексичних прошарків, до проблеми виявлення джерел нових мовних одиниць, до спроби їх адекватного наукового опису з позицій історії виникнення, розвитку та функціонування в конкретній або різних термінологічних системах, у професійному і лінгвокультурному аспектах.

Під час постановки fashion-шоу режисери використовують усі можливі сучасні технології заради єдиної мети – розкрити художній образ. В одязі, в колекціях модельєрів-дизайнерів найяскравішою деталлю є саме художній образ, навкруги якого будуються навіть крій, колір, фактура тканини. Ідея образу стає основою методу театралізації, завдяки якому розробляється тема, форма, стиль постановки. Іноді ще недосвідчені модельєри та режисери фантазують у цілому заради того, щоб вразити глядачів, але такі старання не відкривають сутності задуму; професіонали ж знаходять адекватну форму втілення тих чи інших ідей модельєрів. Серед вдалих постановок слід відзначити шоу світових бредів Фенді, Вікторія Сікрет, Карл Лагерфельд, Шпанель, Версаче, Гуччі, Марк Джейкобс, Фог та ін.

Українська культура сьогодні також приємно дивує новими показами, театралізованими fashion-шоу, сучасними підходами до моди та їх дизайну. Україна перейняла світові тенденції проведення тижнів моди, показів, створення дизайнерських домів. І хоча світова мода втратила національність, колекції дизайнерів не відрізняються за колоритом місцевого костюму, а лише за брендом модельєра, де можна впізнати

той чи інший крій. В українській моді досить часто можна зустріти костюми із національним орнаментом, вишивкою, виготовлені з традиційних українських матеріалів, трансформуючи та адаптуючи які під сучасного споживача, роблять модним все українське, що приємно вирізняє вітчизняних модельєрів від світових.

За останнє десятиріччя в Україні відбулося близько сорока тисяч показів, найбільш цікавими з яких стали театралізовані шоу українських тижнів моди [12]. Окрім цих показів, які відбуваються в традиційному залі з подіумом, українські моделі демонстрували одяг на ковзанці, на катері, в київському метрополітені, у львівських підземеллях, у харківському та київському аеропортах, на даху, в торговельно-розважальних центрах, в автосалонах та ін.

Завдяки оволодінню сучасними технологіями та використанню цікавих засобів театралізації якість видовищності цих показів не поступається світовій. Так, наприклад, у червні 2013 року в харківському аеропорті відбулось фен-шоу під назвою «Скай лайн» (в перекладі з англ. – небесна лінія). Ідея цього fashion-шоу (одного з наймасштабніших за останні роки показів моди в Україні) виникла у Харкові. Постановка відбулася в одному з терміналів харківського аеропорту, де і зібралися глядачі. Шоу почалося з відкриття воріт терміналу, тоді стало зрозуміло, що сценічним оформленням видовища є злітна смуга, перед якою стоїть літак. З трапу з'явилися танцюристки-стюардеси, з виступу яких розпочався театралізований пролог. У цей час гімнасти на кільцях у повітрі виконували акробатичні трюки, а на великому екрані трансливалось відео приземлення літака. Таким чином, прологом шоу став синтегичний театралізований номер, який поєднав різні жанри, виразні засоби, майданчики тощо. Перший показ одягу починався з літака, моделі спускались по трапу, опиняючись на подіумі. Таким чином, літак на злітній смузі і спеціально побудований кетволк стали єдиною композицією сценічного простору. Урбаністична спрямованість сучасних видовищних проєктів свідчить про утилітарність мистецтва, про зміну способу мислення, а також про прискорення швидкості життя, спілкування, надання та поглинання інформації тощо.

Глядачі в аеропорті побачили театралізоване шоу, в якому сплелися дефіле моделей у класичному розумінні на подіумі і постановочні номери повітряних акробатів, танцювальні дефіле моделей-стюардес і розіграші подарунків, виступ поп-виконавця і дитяче дефіле. Важливо звернути увагу на те, що одяг, представлений у показі був суто українським. Одна із колекцій була розроблена та виготовлена харків'яноку, тобто подібні видовищні покази мають важливе значення для розвитку нашої культури, просування та рекламування вітчизняних брендів. Через театралізовані модні покази постановники разом із модельєрами намагаються донести до глядачів важливі думки, щодо збереження і цінування миру, забезпечення екологічності навколишнього світу, зберігання сімейних традицій тощо. Такі тенденції видовищної культури мають позитивно впливати на формування свідомої нації, сумлінної і відкритої до спілкування.

Тенденція перетворення власного життя на видовище, костюмовану і театралізовану гру стає невід'ємною частиною людської сутності. Мабуть, недарма у фантастичних фільмах персонажі вдягнені нестандартно, футуристично, їх зачіски та макіяж додають образам фріковості, яка з екранів перетікає в реальне життя людей, що наслідують моду з екрану. Гра на сцені чи в житті, роль у виставі чи в соціумі, створення в домашніх умовах арт-простору, прикрашання кафе та магазинів на свята, розробка одягу-костюму для співробітників та інше – все це провідні тенденції, які є відображенням видовищної культури в повсякденні. Людина власноруч створює власний особливий образ (костюм, макіяж, манікюр, зачіска, аксесуари тощо) і як артист готується до зустрічі із глядачами, тобто проходить шлях підготовки до участі у видовищі під назвою «життя», приймаючи чи заперечуючи соціальні правила гри.

Висновки і пропозиції. Підводячи підсумок, слід зауважити, що fashion-шоу вже виокремилось як усталена синтетична театралізована форма видовищної культури із рядом особливостей її розробки як арт-проекту. Так і мода в сучасному суспільстві давно завоювала досить сильні позиції, особливо розповсюджуючись через масові видовищні форми в усьому світі. Мода може впливати на багато сфер людського життя, іноді навіть грати в них визначальну роль, перетворюючи повсякденне життя соціуму у відповідність до своєї логіки. Знаходить вплив мода і у видовищній культурі, де також окремі форми набувають най-

більшого поширення, як модні, популярні, актуальні, сучасні. Мистецтво завжди тонко реагує на майбутні тенденції, які мода, свого часу, підкреслює, адже вона змінюється кожні півроку, й не тільки на одяг, зачіски, макіяж, але і на технічні засоби, місця відпочинку, звички тощо. Тому, проблема стилю в моді, з одного боку, вірніше, проблема його відсутності – наслідок цієї гонитви за новим. Така тенденція виявляється хибною для національної культури в цілому, коли в гонитві за новачками втрачаються коріння. Стиль просто не встигає сформуватися і зміцніти. З іншого боку, це ознака якогось загального занепаду культури, який веде до кризи останньої.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з бурхливим розвитком видовищної культури, якого вона досягла у сучасному мультикультурному суспільстві за останні роки. Активізується міжнародне співробітництво художників, режисерів, модельєрів, стилістів, техніків, виробників модного одягу, музикантів, фотографів, артистів, яке вимагає вдосконалення універсальної мови професійного спілкування. Двоїстість моди, властива її природі (бажання відрізнятись, але і бути схожим), труднощі у визначенні зародження модних тенденцій, стильова проблематика – все це говорить про те, що мода – феномен культури, зі складною, розгалуженою структурою. Згідно цієї думки, формується уявлення про розміщення сучасних арт-проектів видовищної культури на межі, на якій форма розвивається засобами проектування й театралізації, що буде відображено в наступних дослідженнях.

Список літератури:

1. Барт Р. Основы семиологии // Структурализм: «За» и «против» / Р. Барт. – М.: Прогресс, 1975. – 469 с.
2. Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология: тексты / Под ред. Т. М. Андреевой, Н. Н. Богомоловой, Л. А. Петровской. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 280 с.
3. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр [перевод и вступ. статья С. Н. Зенкин]. – М.: Рудомино, 2001. – 218 с.
4. Веблен Т. Б. Теория праздного класса / Т. Б. Веблен. – М.: «Прогресс», 1984. – 229 с.
5. Гофман А. Б. Мода и люди / А. Б. Гофман. – М.: Агентство «Издательский сервис», 2000. – С. 16-29.
6. Зиммель Г. Избранное: в 2 т. – М.: Юристъ, 2006. – Т. 1: Философия культуры. Мода. – С. 271.
7. Зомбарт В. Избранные работы / В. Зомбарт; Пер. с нем. – М.: Территория будущего, 2005. – 643 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства // Хосе Ортега-и-Гассет Эстетика. Философия культуры / Вступ. ст. Г. М. Фридендера; Сост. В. Е. Багно. – М.: Искусство, 1991. – 588 с. – (История эстетики в памятниках и документах) – С. 218-260.
9. Пташникова О. И. Новейшие терминологические поступления в сфере моды // Бюллетень медицинских Интернет-конференций (ISSN 2224-6150) 2013. Том 3. – № 11. – С. 1261-1262.
10. Спенсер Г. Научные основания нравственности. Индукции этики. Этика индивидуальной жизни / Герберт Спенсер. – М.: ЛКИ, 2008. – 248 с.
11. Тард Г. Законы подражания: Пер. с фр. – М.: Академический Проект, 2011. – 304 с.
12. Ukrainian Fashion Week – Електрон. дан. – 2015 г. – 23.11.2015 г. – Режим доступу: <http://fashionweek.ua/ru/gallery/video>, вільний. – Загл. з екрану.

Логвинова Е.А.

Харьковская государственная академия культуры

КУЛЬТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ АРТ-ПРОЕКТА В ЗРЕЛИЩНОЙ КУЛЬТУРЕ УКРАИНЫ (НА ПРИМЕРЕ ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ FASHION-ШОУ)

Аннотация

Рассматривается сущность, основные черты, особенности постановки и место в культуре современных арт-проектов на примере fashion-шоу. Выявлены основные тенденции украинской модной индустрии, которая принимает западные образцы в проведении модных показов, но и одежда и постановка приобретают сугубо национальные признаки. Охарактеризованы репрезентативные модели сценической деятельности в современной зрелищной культуре на примере полистилистических театрализованных форм. Проанализирована форма fashion-шоу, соединяющая различные элементы действия (например, дефиле моделей в классическом понимании на подиуме и постановочные номера воздушных акробатов, танцевальные дефиле моделей-стюардесс и розыгрыши подарков, выступление поп-исполнителей и детское дефиле). Охарактеризованы fashion-шоу в целом как монтажный, мозаичный, аттрактивный и эклектичный арт-проект – проявление современной зрелищной культуры.

Ключевые слова: театрализация, зрелищная культура, арт-проект, fashion-шоу, мода, шоу.

Loginova O.O.

Kharkiv State Academy of Culture

CULTURAL AND ARTISTIC TRANSFORMATION OF AN ART-PROJECT IN UKRAINE SPECTACULAR CULTURE (FOR EXAMPLE OF THEATRICAL FASHION-SHOW)

Summary

There is features of the essence, main features, peculiarity performances and place of them in the culture of contemporary art projects on the example of fashion-show. The main tendencies of Ukrainian fashion industry are detecting, which accepts Western models in holding fashion shows, but also clothes and staging become a purely national basis. There is characterize the representative model of stage work in the modern entertainment culture of the example polystylistic theatrical forms. The forms of fashion-show is analyzing as connecting of various elements of the action (for example, catwalk models in the classic sense of the catwalk and staged rooms aerial acrobats, dance catwalk models, flight attendants and raffles of gifts, the performance of pop singers and children's fashion shows). There is feature of the fashion-show as a whole as installation, mosaic, attractive and eclectic art project – there is a manifestation of modern entertainment culture.

Keywords: theatricalization, spectacular culture, art project, fashion-show.