

Ольга ТКАНКО

кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну костюма ЛНАМ

МОДА І КІТЧ: МЕТАМОРФОЗИ ОБРАЗІВ КОСТЮМУ

Анотація. У статті аналізується питання кітч у постмодерній культурі загалом та українській моді зокрема. Виявляється давнє історичне підґрунтя кітч, простежується еволюція смаків у культурі проєктантів костюму. У молодіжній моді утверджуються епатажні “неохайні” та “пістряві” мікростилі — гранж, хіп-хоп, “глобальна мода” та ін. Українська культура формувалася під впливом візантійської традиції, народного, лубкового мистецтва, традиції інших народів, які панували на наших теренах. Постмодерне “злиття” елітарної та масової культур у зарубіжній моді виокремилася в мікростилі, в українській — набуло своєрідних інтерпретацій від відвертого несмаку до гламурного кітч.

Ключові слова: культура, традиція, мода, кітч, несмак, гламур, образ костюму.

“Дешевий предмет”, продукція, яка імітує справжні, унікальні речі, отримала в німецькій мові термін “кітч” (нім. “kitsch” — “халтура”). У мистецтвознавчій науці він став тождним художньому сурогату, мистецтву низької якості та, практично, не розглядався як окреме, самодостатнє явище. Головною властивістю кітч, на відміну від художньої образності, є неприйняття справжнього новаторства, незвичного, оригінального, складної художньої форми, яка потребує зусиль для сприйняття [1, 653]. Основна відмінність кітч від мистецтва в тому, що він, не становлячи естетичної вартості в елітарному розумінні, замінює красу на її знак. Потрапляючи в певний контекст — у будинок, якщо це предмет дизайну, в ансамбль одягу, якщо це прикраса, та ін., — кітч починає означати красу [2].

Кітч має давнє історичне підґрунтя, він є виразником пізньоцивілізаційних процесів. Для прикладу можна пригадати пізньоримську культуру (псевдодрапірування, надмірна кос-

метика, масова імітація коштовностей у костюмі), усі неісторичні напрями, еkleктику XIX ст., модерн та наступні роки XX ст. Так, у часи еkleктики виник рух митців за відродження традиційних художніх ремесел на чолі з Дж. Рьоскіним і У. Моррісом, який мав би вплинути на нову якість серійної ужиткової продукції. Натомість масове тиражування творів мистецтва без урахування їхньої утилітарної функції часто породжувало кітч. У 1950-х художник Е. Ворхол витворював пародії на теми кітч, започаткувавши стиль поп-арту [3, 162]. У контексті молодіжної андеграундної моди 60-х, згодом — альтернативної моди 70-80-х років минулого століття, спостерігаємо переможну ходу несмаку, який грайливо обігрують дизайнери (В. Вествуд, Б. Джонсон, Ж-П. Готьє, Дж. Гальяно, А. Маккувін, Р. Р. Каваллі та ін.), а кітч позиціонує себе як концептуальне явище. “Заборона на добрий смак діяла наче вивільняюча творча сила, яка вела до індивідуальних форм...” [4, 197]. У наступні десятиліття оновлені мистецькі форми розширили свої межі — у європейській моді утвердились епатувальні непривабливі “неохайні” і “пістряві” стилі — гранж, хіп-хоп, “глобальна мода” та ін.

Щодо української чуттєвої культури, то на неї вагомий вплив мали візантійські традиції, народне, лубкове мистецтво, культурні традиції інших народів, які в ту чи іншу епоху панували на наших теренах. Варто відзначити, що поряд з традиційністю, українська культура була достатньо відкритою для інтерпретацій інших культурних здобутків, зокрема, це виразилося і в народному, і в міському та аристократичному вбранні. Естетична лаконічність і поняття естетичного відбору в західній культурі є продуктом протестантсько-буржуазного суспільства. В Україні ж буржуазна культура не знайшла повноцінного розвитку, відповідно міська культура не стала репрезентативною та титульною. Натомість багатоліка, по-візантійськи пишна та по-східному активна в кольорі традиційна культура, зокрема південно-східних теренів, часто узагальнено втілювала естетичний образ українця-чоловіка — руський боярин, козак Мамай, Запорожець тощо. У радянський період свідомо

нищили міську та буржуазно-шляхетську ідентичність українства, підкреслюючи натомість “романтизований” народний степовий козацький образ і винятково селянське коріння з його барвами та розумінням форми, пропорцій. Отож, сучасна схильність багатьох українців до надмірного декору, колористичної строкатості, пишності, часто неадекватної для міського середовища має певне історичне коріння. На жаль, кітч плідно паразитує на зламі традиційної культури, яка стрімко урбанізується, шукаючи власну міську ідентичність.

Найхарактернішими ознаками кітчу є:

— невідповідність високим естетичним якостям (поганий смак, дешевизна, бутафорність, “солодка вість”). Як приклад, український шоу-бізнес сьогодні більшою мірою розвивається всупереч останнім глобалізаційним тенденціям (гламур, строкатість, бутафорність, часом вульгаризація образів). Можна погодитися з думками історика моди О. Васильєва щодо естетичного виховання молодих модельєрів у Росії: “Найсумнішим висновком, який мені довелося зробити на цьому конкурсі, було важке становище з естетичним смаком у молоді, вихованій на кітчі сучасного вітчизняного шоу-бізнесу” [5, 139];

— масовість і популярність. Поєднання яскравих виражальних якостей у костюмі з низькою вартістю робить кітч популярним і масовим. Завдяки своїй зумисності він достатньо легко може виконувати функцію знаку, якщо існує потреба довести соціальну, інтелектуальну, естетичну чи навіть гендерну повноцінність. Проявляється в простоті для розуміння; безпосередності; доступності, невибагливості в технології та точності крою; створенні ілюзій для людини-“кітчмена”, що вона може без зусиль подолати зовнішню відмінність між соціальними прошарками (цим пояснюється надзвичайна популярність “кітчмена” у суспільних масах);

— ринковість та комерційність;

— орієнтація на взірць (здатність до імітації, адаптації, серійності, тиражованості).

У роки незалежності, коли Україну заповонила модна продукція, інформація, український соціум ще не був сповна готовий сприймати та інспірувати “західний стиль”. Якщо про-

гресивніша молодь великих міст, що формувалася на зламі демократичних перетворень, активно сприйняла віяння західної моди, особливо субкультурні модні вияви постмодерного світу, то інша частина, навпаки, радикалізувавшись, спробувала законсервувати пострадянські естетичні пережитки у вигляді “псевдомоди” кримінальних субкультур, гопників, культивування шансонно-зонівської музики тощо. Велика частина ще донедавна скромних громадян Радянського Союзу, опинившись перед розмаїттям вибору модного одягу, продовжувала керуватися принципом наслідування. Так, на початку 1990-х рр. ХХ ст. масового поширення набули спочатку турецькі “ангорові светри”, згодом малинові піджаки в стилі “нових капіталістів”, чорні шкіряні куртки, ажурні нейлонові блузки безформенного покрою, масивна золота біжутерія та ін. Такі явища масового наслідування були притаманні посттоталітарним суспільствам, де принцип індивідуалізму та пошуку свого “Я” через власний образ ще не стали визначальними.

Кітчєвість пройшла через усі 90-ті роки ХХ ст. в українській моді, костюмі, у більш рафінованій формі проявилася на початку ХХІ ст. у так званому “кітчєвому гламури”. Суспільство, що не встигає культурно, естетично розвиватися в міру свого активного економічного зростання, часто продукує модний кітч. Заможніша його частина, зокрема, так звана “нова буржуазія”, з метою “виділитися”, підкреслити свою успішність, респектабельність, “вищість” особливо за допомогою костюму, стає виразником дорожчого, крикливо-бутафорного, солодкаво-штучного образу. Швидко зароблені гроші не завжди гарантують високий рівень естетичної культури, а формування смаку потребує часу, відповідного освітнього рівня тощо. “Кітчєвий гламур” у одязі — це пародія на естетику американського клубного життя, голлівудських зірок, поверхневе розуміння усталеного європейського гламуру, яскраво проявив себе в жіночій моді, молодіжному вбранні. Невідповідність, недоцільність клубно-епатажного, сценічного, бутафорного, надмірного образу в повсякденному житті, зловживання косметикою, декором, аксесуарами, “бароковість” зачісок, незгармонізоване нагромадження коштовних брендів,

максимальна сексуальність, що межує з вульгарністю, яскраво характеризують це модне явище в пострадянських країнах, зокрема Україні. Простіше кажучи, те, що одягають для клубного життя на Заході, стало повсякденною нормою для вітчизняних “гламурних дівчат” від університетів до офісів. Воно є свідченням прогалин у естетичному вихованні, відсутності власного стилю та, сподіваюся, тимчасовим, перехідним явищем. Носіями “кітчового гламуру” можна вважати когорту українських зірок шоу-бізнесу, велику кількість ведучих і телепередач загалом, окремих дизайнерів одягу тощо;

— неадекватне використання історичних мотивів. У моді ця риса часто проявляється в інспіраціях ретро-стилем. Те, що колись було модним, швидко стає немодним і застарілим, а через певний час приваблює своєю колишньою актуальністю. Саме через сентиментальність і надмірну емоційність до минулого.

Ще один приклад народження кітчю — нашарування субкультур — міської та сільської. Це відбувається, коли на традиції та звички однієї групи нашаровуються зовнішні атрибути іншої та виникає невідповідність плану вираження і плану змісту, а як результат — “напівкровка”-кітч, створений у згоді з естетичними уявленнями одних, але формами інших, чужий по суті і тим, і іншим [1]. В Україні, де завдяки тоталітарній системі та репресіям була знищена стара міська культура, а нова формувалася в специфічних радянських умовах, склалася ситуація, коли значна частина міських громадян на культурно-світоглядному рівні ототожнюють себе насамперед з периферією, не диференціюючи традиційний та урбаністичний етоси. Своєрідне “хуторянство” українських міст, особливо містечок, не може якісно стимулювати творення прогресивної, сучасної української культури, мистецтва. У таких умовах мода не прогресуватиме, а навпаки, може паразитувати в костюмі через кітч і несмак.

Якщо постмодерне “злиття” елітарної та масової культур, змішування гламуру та вуличної моди в зарубіжній моді виокремилися в мікростилі, в українській набули своєрідних інтерпретацій — від відвертого несмаку до гламурного кітчю. Численні приклади цього демонструють зразки сценічних костюмів для різних колективів, солістів ВІА (І. Бобул, П. Зі-

бров, Сердючка, М. Поплавський, Потап і Настя та ін.), роботи окремих представників вітчизняної модної індустрії (О. Саєнко, О. Залевський, Д. Дорожкіна та ін.). Сьогодні засобами костюму (матеріал, форма, колір) можна висловитися практично про все, створити різноманітні образи, але якість творчого продукту залежатиме не лише від креативності та професійної майстерності, але й культури митця. “Серед сочень погано скопійованих і абияк зшитих колекцій — на межі вульгарності — з’явилися живі, витончені, розумні, сучасні та геніальні дизайнери”, — ці слова М. Аскеро, багатолітнього директора міжнародної програми Ukrainian Fashion Week за свідчують виразну еволюцію смаків українських дизайнерів за останні роки становлення вітчизняної моди [6, 16].

1. Власов В.Г. Большой энциклопедический словарь изобразительно-го искусства в 8 т. Т. 3. / В.Г. Власов. — СПб. : ЛИТА, 2001. — 848 с.
2. Конрадова Н.А. Китч: не-искусство не-элиты. Этимология и история понятия / Н. Конрадова // Фотожурнал. Крупнейшее в рунете собрание статей о фотографии. — [Електр. ресурс.] — Режим доступу: <http://photo-element.ru/analysis/kitch/kitch.html>.
3. Болдано И.Ц. Мода XX века: Энциклопедия И. Ц. Болдано. — М. : “ОЛМА-ПРЕСС”, 2002. — 400 с. : ил.
4. Силинг Ш. Мода. 150 лет. Кутюрье. Дизайнеры. Марки / Ш. Силинг. — М. : АСТ, Астрель, 2011. — 256 с.
5. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле // Александр Васильев. — М. : Альпина нон-фикшн; Глагол, 2008. — 560 с.
6. Дубровик А. Про подіумний стиль та позаподіумний настрої / А. Дубровик // День. — 2013. — № 184-185, 11-12 жовт.

Annotation

Olha Tkanko. The fashion and kitsch: metamorphosis of the images. The problem of kitsch in post modern culture especially in present time Ukrainian fashion is reviewed. It's find out that kitsch that goes back to late civilization processes, late Roman culture. The evolution of tastes in the fashion designers culture is traced on. Disgraceful and particoloured micro styles such as grang, hip-hop, global fashion developed in youth fashion. Ukrainian culture was formed under the influence of Byzantine tradition, people art and cheap popular prints, and folk traditions of people that ruled here. Post modern fusion of elitist and mass culture in foreign fashion produced separated micro styles, but in Ukrainian it was interpreted in other way.

Key words: culture, fashion, tradition, kitsch, costume, image, glamour, ersatz.

Анотація

Ольга Тканко. Мода и китч: метаморфозы образов костюма. В статье рассматривается вопрос китча в постмодерной культуре и, в первую очередь, в украинской моде. Раскрывается давняя основа китча. Прослеживается эволюция вкуса в культуре проектирования костюма. В молодёжной моде распространяются эпатирующие, пёстрые микро-стили — градж, хип-хоп, “глобальная мода” и т.д. Украинская культура формировалась под влиянием византийской традиции, народного, лубочного искусства, традиций других народов властвовавших на наших землях. Постмодерное “слияние” элитарной и массовой культур в зарубежной моде выделилось в отдельные микро-стили, в украинской — получило своеобразную интерпретацию от откровенного безвкусия до гламурного китча.

Ключевые слова: культура, мода, традиция, китч, безвкусие, гламур, образ костюма.



1. Джон Гальяно. З колекції от-кутур, “Осінь-зима 2004”, Париж. **2. Жан-Поль Готье.** З колекції “Фронтальна атака”, 2012 р., Париж. **3. Вів'єн Вествуд.** З колекції от-кутур, 2012 р., Лондон. **4. Діана Дорожкіна.** З колекції “Весна-літо 2008”, Київ. **5. Олексій Залевський.** З колекції осінь-зима 2007-2008 рр. “Небо в діамантах”, 2007 р., Київ