

за кілька років державності українська мода втратила свій колективний, ідеологічний характер, урізноманітнилася великою кількістю творчих особистостей, які працюють у різних ділянках моди, презентують себе на конкурсах та в модному ринку. Серед когорти відомих українських модельєрів активно заявляє про себе в останньому десятилітті ХХ ст. нове покоління художників – Н. Соболева, Т. Ігнат'єва, І. Тарадіна, С. Бизов, В. Сарафанов, Л. Пустовіт, Т. Маєвська, О. Караванська, Р. Богуцька, О. Муха та ін. Вже на початку ХХІ ст. українські дизайнери частково отримали підтримку від представників нової політичної еліти, яка вдягнулася у костюми від окремих проектантів – О. Караванської, Р. Богуцької, Л. Пустовіт, А. Гайсе; це свідчило про моду на «українське» й ознаменувало перехід модельєрів на новий статусний рівень, а української індустрії моди – переміщення з маргінесу до центру сучасної національної культурної парадигми [2].

У пострадянській Україні доволі динамічно розвиваються мода, дизайн одягу, але індустрія моди залишається поки що на початковій стадії. Існує багато проблем, зокрема, відсутність якісної сировини, що впливає на конкурентноздатність виробів, застарілі технології виробництва тощо, котрі потрібно долати для прискорення соціально-економічного розвитку країни. Життя стрімко біжить, змінюючи на своєму шляху усталені норми, методи, засоби у будь-якій сфері діяльності, і, перш за все, в дизайнерській. Наступне ХХІ ст. суспільно актуалізує українську моду, яка виразно позначається інтеграційними світовими процесами, технологічними і ідейними поступами, простежуються тенденції її розвитку в контексті сучасного мистецтва, культуротворчих процесів у суспільстві, і, насамперед, серед молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пасховер А. *Шутие мое. Храбрый портной* // *Кореспондент*. – Киев, 2008. – №11(300). – С. 36-39.
2. http://www.culturalstudies.in.ua/2007_analiz_5_8.php

*Ольга Тканко
(Львів, Україна)*

ПРИРОДА І ТРАНСФОРМАЦІЇ КІЧУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОДІ

У статті ставиться і розглядається питання кічу в постмодерній культурі і, в першу чергу, українській моді. Простежується еволюція смаків у культурі проектантів костюма – від повного несмаку, вульгарності – до гламурного кічу.

Ключові слова: *культура, мода, дизайн, кіч, несмак, сурогат, костюм, образ.*

Продукція, яка імітує справжні, унікальні речі отримала у німецькій мові термін «кіч» (нім. «kitsch» – «халтура»). Основна відмінність кічу від мистецтва – в тому, що кіч, не представляючи естетичної вартості в елітарному розумінні замінює красу на її знак. Попадаючи в певний контекст, – у будинок, якщо це предмет дизайну, в ансамбль одягу, якщо це прикраса та ін., – кіч починає означати красу [1].

Кіч має давнє історичне підґрунтя, він є виразником пізньоцивілізаційних процесів. Для прикладу, можна пригадати пізньоримську культуру (псевдодрапірування, надмірна косметика, масова імітація коштовностей в костюмі), усі неісторичні напрямки, еkleктику ХІХ ст., модерн та наступні роки ХХ 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 їх утилітарної функції, часто породжувало кіч. У 1950-х художник Е. Ворхол витворював пародії на теми кічу, започаткувавши стиль поп-арту [2, 162]. В контексті молодіжної андеграундної моди 60-х, згодом альтернативної моди 70-80-х років минулого століття, спостерігаємо переможну ходу несмаку, який грайливо обігрується дизайнерами

(В. Вествуд, Б. Джонсон, Ж-П. Готьє, Дж. Гальяно, А. Маккуїн, Р.Р. Каваллі та ін.), а кіч позиціонує себе як концептуальне явище. «Заборона на добрий смак діяла наче вивільняюча творча сила, яка вела до індивідуальних форм...» [3, 197]. У наступні десятиліття оновлені мистецькі форми розширили свої межі – у європейській моді утвердились, епатуючи 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 як в народному, так і в міському й аристократичному вбранні. Естетичний лаконізм та 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, багатолика, по-візантійські 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. В радянський період свідомо нищилася міська та буржуазно-шляхетська ідентичність українства, підкреслюючи натомість «романтизований» народний степовий козацький образ та виключно 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.

Найбільш характерними ознаками кічу є: невідповідність високим естетичним якостям (поганий смак, дешевизна, бутафорність).

Як приклад, український шоу-бізнес сьогодні, в більшій мірі, розвивається всупереч останнім глобалізаційним тенденціям (гламур, строкатість, бутафорність, часом вульгаризація образів). Можна погодитися із думками історика моди О. Васильєва відносно естетичного виховання молодих модельєрів у Росії: «Найбільш сумним висновком, який мені прийшлося зробити на цьому конкурсі, було важке становище з естетичним смаком у молоді, вихованій на кічі сучасного вітчизняного шоу-бізнесу» [4, 139].

Масовість та популярність

Поєднання яскравих виражальних якостей в костюмі із низькою вартістю робить кіч популярним та масовим. Проявляється у простоті для розуміння; безпосередності; доступності, невибагливості в технології та точності крою; створенні ілюзій для людини-«кічмена», що вона може без зусиль подолати зовнішню відмінність між соціальними прошарками (цим пояснюється надзвичайна популярність «кічмена» у суспільних масах).

Ринковість та комерційність; орієнтація на взірець (здатність до імітації, адаптації, тиражованості)

У роки незалежності, коли Україну заповонила модна продукція, інформація, український соціум ще не був сповна готовий сприймати та інспірувати «західний стиль». Якщо прогресивніша 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. XX 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.

Кічевість пройшла крізь усі 90-ті роки XX ст. в українській моді, костюмі, у більш рафінованій формі проявилася на початку XXI ст. у, так званому, «кічевому гламурі». Суспільство, що не встигає культурно, естетично розвиватися в міру свого активного економічного зростання, часто продукує модний кіч. Зможніша його частина, зокрема, так звана, «нова буржуазія», з метою «виділитися», підкреслити свою успішність, респектабельність, «вищість» особливо за допомогою костюму, стає виразником більш дорогого, крикливо-бутафорного, солодкаво-штучного образу. Швидко зароблені гроші не завжди гарантують високий рівень естетичної культури, а формування смаку потребує часу, відповідного освітнього рівня, тощо. «Кічевий гламур» в 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 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 в естетичному вихованні, відсутності власного стилю та, сподіваюся, тимчасовим, перехідним явищем. Носіями «кічевого гламуру» можна вважати цілу когорту українських зірок шоу-бізнесу, велику кількість ведучих і телепередач загалом, деяких дизайнерів одягу тощо.

Неадекватне використання історичних мотивів

У моді ця риса часто проявляється у інспіраціях ретро-стилем. Те, що колись було модним, швидко стає немодним і застарілим, а через певний час притягує своєю минулою актуальністю. Саме через сентиментальність та надмірну емоційність до минулого.

Ще один приклад народження кічу – нашарування субкультур, міської та сільської. Це відбувається коли на традиції і звички однієї групи нашаровуються зовнішні атрибути іншої і виникає невідповідність плану вираження і плану змісту, а як результат – «напівкровка»-кіч, 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 кіч і несмак.

Якщо постмодерне «злиття» елітарної та масової культур, змішування гламуру та вуличної моди у зарубіжній моді виокремилася в окремі вище названі мікростилі, в українській – набули своєрідних інтерпретацій – від відвертого несмаку до гламурного кічу. Численні приклади цього демонструють зразки сценічних костюмів для різних колективів, солістів ВІА (І. Бобул, П. Зібров, В. Сердючка, М. Поплавський, Потап і Настя та ін.), роботи окремих представників вітчизняної модної індустрії (О. Саєнко, О. Залевський, Д. Дорожкіна та ін.). Сьогодні засобами костюма (матеріал, форма,

колір) можна висловитися практично про все, створити різноманітні образи, але якість творчого продукту залежатиме не лише від креативності і професійної майстерності, але і культури митця. «Серед сотень погано скопійованих і так-сяк 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 засвідчують виразну еволюцію смаків українських дизайнерів за останні роки становлення вітчизняної моди [5, 16].

ЛІТЕРАТУРА

1. Конрадова Н.А. Китч: не-искусство не-элиты. Этимология и история понятия [электронный ресурс] / Конрадова Н. // Фотожурнал. Крупнейшее в рунете собрание статей о фотографии. – Реж. доступу до журналу: <http://photo-element.ru/analysis/kitch/kitch.html>
2. Болдано И.Ц. Мода XX века: Энциклопедия. – Москва: «ОЛМА-ПРЕСС», 2002.-400 с.: ил.
3. Силинг Ш. Мода. 150 лет. Кутюрье. Дизайнеры. Марки. – Москва: АСТ Астрель. 2011.
4. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле Александр Васильев. – Москва. Альпина нон-фикшн; Глагол, 2008. – 560 с.
5. Дубровик А. Про подіумний стиль та позаподіумний настрої // День № 184-185, 11-12 жовтня 2013.

*Марія Костельна
(Київ, Україна)*

ЛЬВІВСЬКА ШКОЛА ДИЗАЙНУ КОСТЮМА: ТРАДИЦІЇ І НОВАЦІЇ В ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЕТНОКОНЦЕПЦІЯХ 1950-1980-Х РР.

Означені традиції львівської школи дизайну одягу зберігали усталеність упродовж 1950-1990-х рр., коли інтенсивно розвивався ЛБМО. Творчі роботи, що сполучали традиції та новації етноконцепцій та результати їхньої репрезентації за кордоном свідчать про високий рівень дизайнерів, які працювали у ЛБМО, Показово, що за доби державної незалежності України національна домінанта львівського стилетворення помітно зміцніла. Це ще раз підтверджує загальноновизнаний факт, що звернення до національних витоків зберігає культурну самототожність й дає можливість протистояти «факторам несвободи»: у другій половині ХХ ст. – жорсткій ідеологічній цензурі, на межі ХХ-ХХІ ст. – ціннісній ентропії та економічним випробуванням.

Ключові слова: ЛБМО, стиль, дизайн одягу, національні витокі, самототожність.

The mentioned tradition in Lviv school of fashion design maintains sustainability during the 1950s-1990s. When LBMO was intensively developing. Creative work, connecting tradition and innovation etnokontseptsiy and the results of their representation abroad indicate a high level designers who worked in LBMO, indicative that the era of national independence of Ukraine dominant Lviv`s significantly strengthened. This once again confirms the generally accepted fact that an appeal to national origins preserves cultural self-identity and makes it possible to resist the «factors of non-freedom»: in the second half of the XX century – strict ideological censorship, at the beginning of XXI century – value of entropy and economic challenge.

Keywords: LBMO, style, fashion design, national origins, self-identity

Виявлення особливостей етноконцепції львівської школи моделювання одягу неможливе без урахування акцентованого естетизму західної столиці, її прагнення до національної ідентичності та збереження автентичних традицій попри утиски цензури та політичні репресії радянської доби. Проблемі своєрідності львівської культури