

УДК 7.05.687.01

Н. В. Чуприна

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ЗНАЧЕНИЕ КИТЧА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКЛЕКТИЧЕСКОЙ ОСНОВЫ СОВРЕМЕННЫХ МОДНЫХ ОБРАЗОВ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Обосновано, что распространение китча, предопределенное вкусами и возможностями среднего класса, необратимо укрепились и укоренилось в народных массах, где люди, согласно концепции постмодернизма «индивидуального выбора», становились все более и более уверенными в высокой значимости собственного мнения и вкуса. Приведена аргументация того, что одним из стилевых направлений, которое стало самой выразительной материализацией эклектики в одежде, является кежуал, активно влияющий на формирование гардероба на основе индивидуальных предпочтений и значений целостности. Результаты предыдущих исследований данной проблемы позволили сформулировать определенные закономерности в формировании модного костюма по принципам эклектизма, которые за счет родства эклектики и китча можно привязать и к китчу.

Ключевые слова: индустрия моды, проектный образ, китч, эклектика, эпатаж, утилитарные бренды, бюджетные бренды, масс-маркет, ретроспективность, комбинаторность, деконструктивизм, имитативность, «китчевый гламур».

Как известно, основным принципом эклектизма является сочетание нескольких стилистических направлений

в одной образной форме. Понятие «эклектика» появляется в середине XIX в., параллельно с формированием понятия «китч», когда европейские вернисажи начали предлагать общественности отреставрированную мебель и репродукции картин, которые были выполнены в разных стилевых решениях. Согласно нормам и эстетике того времени, люди воспринимали такие стилевые смеси недоброжелательно, считая их безвкусицей. Таким образом, сущности эклектики и китча являются взаимоувязанными вытекающими друг из друга.

Распространение китча, предопределенное вкусами и возможностями среднего класса, необратимо укреплялось и укоренилось в народных массах, где люди, согласно концепции постмодернизма «индивидуального выбора», становились все более и более уверенными в высокой значимости собственного мнения и вкуса. Каждый начинал считать себя достойным «дизайнером», который в полной мере может обойтись без профессиональной мысли и советов. Китчевые товары смотрелись привлекательно и были дешевыми, потому их распространение не является странным, учитывая, что их мог позволить себе каждый. Так что стало неважно, кто будет учитывать вкус и традиционные каноны прекрасного, когда философия и рынок тех времен навязывали важность



Ил. 1. Примеры интерьеров, оформленных по «правилам китча»

Il. 1. Examples of the interiors executed on the “kitch rules”



Ил. 2. Примеры чрезмерного проявления китча в графическом дизайне и fashion-иллюстрации

И. 2. Examples of excessive display of kitch in graphic design and fashion- illustration



Ил. 3. Примеры творчества В. Вествуд 2010-х годов

И. 3. Examples of creative work of W. Westwood in 2010th

не устоявшегося общественного мнения, а индивидуального [1].

Китч, зарождаясь в отреставрированной мебели и копиях картин больших мастеров, начал свое благо-

получное существование в интерьере (ил. 1). Именно дизайн интерьера первым начинал использовать приемы комбинаторики, из которых выплывал чистый эклектизм. Такая тенденция не только не пресекалась или рисковала



Ил. 4. Примеры творчества Ж.-П. Готье 2010-х годов
 Ил. 4. Examples of creative work of J.-P. Gaultier in 2010th

быть саркастически высмеянной обществом, а, наоборот, поддерживалась подавляющим его большинством, выливаясь в невиданные случайные сочетания. Люди вместо того, чтобы чуждаться явной имитации ценности предметов своих интерьеров и их разностилевой направленности, делали вид, что все является оригиналом и эксклюзивом, прекрасно подходя друг к другу [2].

Если эклектика утвердилась в условиях дизайна интерьера, то неудивительно, что она начала распространяться и на другие отрасли человеческой жизни, выступая в постоянном симбиозе с китчем (ил. 2).

Эклектика в одежде утвердилась в XX в., а ее светочем стали 80-е годы. В этот период смешались женственность и мужественность, образовав новый стиль «унисекс», в котором милитаризм соединили с женственностью, а анархический стиль «панк» разбавили гламуром. Ярким этому подтверждением являются работы дизайнера Вивьен Вествуд, ставшие авторитетными для эклектики. Следующие десятилетия не стали исключением для развития эклектики (ил. 3).

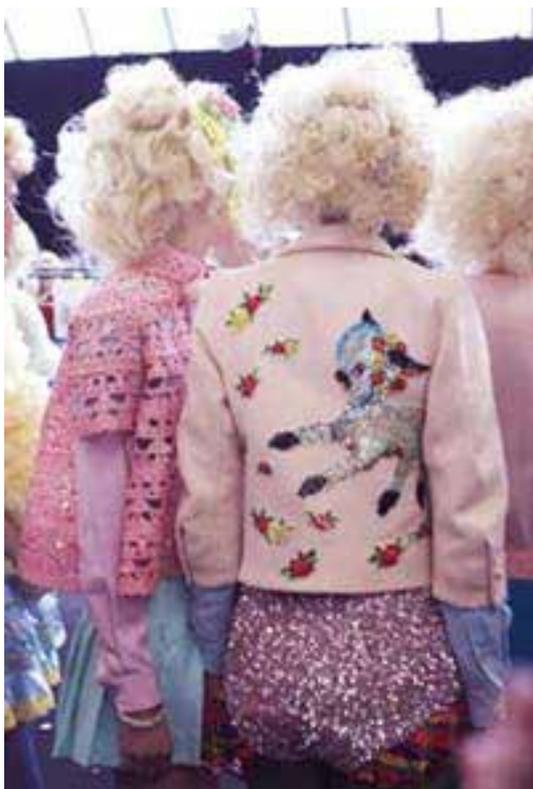
Одним из дизайнеров 90-х годов XX в., который смело использовал эклектику в своих коллекциях, был Жан-Поль Готье (ил. 4). Его «визиткой» стали «вульгарные» материалы (резина, лак и кожа), которые он применял, разрушая эстетику и мораль в дизайне одежды. Например, на показе своей коллекции в 1998 г. Готье продемонстрировал публике вечернее платье, в котором он

соединил несовместимые материалы — камуфляжную ткань, стразы, вышивку, бусы и бисер.

Одним из стилей, который стал самой выразительной материализацией эклектики в одежде, является кежуал. Слово «casual» переводится с английского как «случайный». Его признаки — сочетания разных по стилю вещей (что, в сущности, является концепцией эклектизма), из которых формируется гардероб на основе индивидуальных предпочтений и значений целесообразности. Именно поэтому этот стиль актуален и в наше время. Даже появилось несколько его разновидностей: smart casual, street casual, sport casual... [3].

Кроме сферы Высокой моды, эклектика и кежуал активно занимают позиции в сегменте одежды для среднего класса.

Утилитарные и бюджетные бренды (например, *Zara, New Yorker, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Mohito, Orsay, Oggi, Beefree*) предлагают потребителю такой ассортимент одежды, которая могла бы подойти для разных сфер жизни. Вмещающая в каждой своей коллекции одежду разноцелевого назначения, они автоматически предлагают потребителю комбинировать такую одежду между собой в рамках заданной коллекции, намекая на актуальность и целесообразность эклектики, а простота кроя и отсутствие большого количества декора свидетельствуют о кежуал-направленности их одежды.



Ил. 5. Роль китча в формировании модных образов в индустрии моды

Il. 5. Role of kitch in forming of fashionable images in fashion industry

Как известно, такие бренды выпускают коллекции, которые по большей части базируются на вкусах массового потребителя, с целью увеличить прибыль, угадывая настроения потенциальных покупателей. А подавляющее большинство покупателей в таких магазинах составляет молодежь, которая еще не прониклась заботами семейного бюджета, не имеет сформированной эстетики, ощущения прекрасного, а следует примерам из своего молодежного окружения, поддерживая каждый тренд так называемого мейнстрима. При таких условиях наличие китча в спросе и предложении никуда не исчезает, продолжая свое уверенное существование.

Такие фирмы, как *Bershka*, *Stradivarius* и *Pull&Bear*, среди других бюджетных брендов являются самыми популярными среди молодежи, несмотря на то, что ассортимент и ценовая политика почти не отличаются от других магазинов. Такую популярность можно объяснить тем, что вещи этих брендов имеют оригинальный и нестандартный крой, который привлекает потенциального покупателя возможностью выделиться на фоне других, что очень свойственно для концепции эпатажа.

В целом эклектика, китч и эпатаж — это «киты», на которых сформированы все коммерческие предложения современной индустрии моды, весь mass-market, которые имеют общий девиз вседозволенности [4].

Несмотря на то, что китч, эклектика и эпатаж могут восприниматься как разные явления и понятия, они имеют многие общие признаки, которые в полной мере выступают в качестве инструмента творческой выразительности и сырья для образования новых эстетичных форм. Оригинальность, практичность и возможность комбинировать любые элементы одежды сделало эклектику актуальной, создавая новую эстетику в модном гардеробе (ил. 5). Она позволила смело соединять кожу и кружево, гипюр и джинсы, трикотаж и шелк [5].

Базируясь на результатах предыдущих исследований данной проблемы, можно вывести определенные закономерности в формировании модного костюма по принципам эклектизма, которые за счет родства эклектики и китча можно привязать и к китчу: «Комбинаторность ассортиментных единиц... Данный принцип допускает наличие хоть бы одного критерия сочетаемости разных по стилю предметов одежды — форма, фактурное или декоративное оформление, колорит, смысловой фактор и пр.; целесообразное сочетание стилевых и образных характеристик; гармоничное смешивание разнородных фактурных и текстурных вариантов оформления материалов; грамотное использование ярких насыщенных цветов, которые составляют определенную цветовую гармонию, или в сочетании с ахроматичными графическими решениями; создание

инновационных стиливых решений комплекса костюма как модного объекта» [6].

Эклектика способствовала становлению новых стиливых направлений (кежуал, этно, фьюжн и др.), что подтверждает ее влияние на развитие модной индустрии и заинтересованность ею в мире Высокой моды, что не было бы возможным без философии демократичности или индивидуального вкуса и эстетизации китча [7].

Для людей с достаточным культурным потенциалом, знаниями и интеллектом, кроме эклектики, еще и эпатаж становится своеобразным инструментом для того, чтобы выделиться из массы, чтобы не наследовать, а быть примером для наследования или хотя бы почувствовать себя действительно личностью. В другом случае эпатаж может превратиться в бессмысленный и неуместный шаг до насмешек и неадекватного восприятия обществом, поскольку эпатаж — смелый и опасный творческий инструмент, который нужно использовать с определенной целью, чтобы понимать, куда направлять его действие, и не дойти до фиаско.

Уличный эпатаж — достаточно осторожный и сдержанный, что говорит о том, что улицы в действительности не совсем удачное место для его демонстрирования. В целом европейские страны имеют более культурно-уравновешенный менталитет, что сдерживает в людях желание к ярковыраженному эпатажу. Однако можно увидеть, что страны Востока, наоборот, смело демонстрируют шокирующие образцы уличной моды. Этот факт можно объяснить быстрым технологическим и коммерческим развитием таких стран, где эпатаж выступает одним из средств привлечения внимания потребителей к их рынку товаров и услуг.

Прекрасной средой для развития и существования «эпатирующего» китча является шоу-бизнес.

Именно шоу-бизнес (от англ. «show-business») базируется на коммерческой деятельности, которая организована вокруг сферы развлечений. К таким развлечениям относятся кино, музыка, телепередачи и некоторые виды спорта, где ведущими героями выступают актеры, певцы, спортсмены. Все это направлено на развлечение массы, большого количества людей, которое постепенно воспринимает предложенных героев и личностей как популярных людей, благодаря чему они становятся известными и заметными.

Однако «звезды» начали понимать, что для того, чтобы люди их запомнили, одного таланта мало. Поэтому если необходимо достичь популярности и стать востребованными, необходимо работать над внешним видом и гардеробом. Так, на помощь в реализации таких потребностей пришла имиджелогия.

Наука имиджа базируется на создании определенного впечатления в массовом сознании относительно конкретного лица, которое распространяется с помощью рекламы, PR и т. п. и создается за счет определенного поведения этого лица, его гардероба, прически, манер, истории жизни и др. Однако для известных людей стремление к повышению собственной популярности должно под-

держиваться тем, чтобы люди (масса) о них не забывали, а для этого нужно постоянно выделяться, «светиться», напоминать о себе. Кроме активной творческой деятельности, в этом может прекрасно помочь эпатаж. Например, если вспомнить творческую карьеру певицы Мадонны, которая начинала в 1980-х годах, то можно проследить ее богатый на образы имидж, который действительно шокирует общественное сознание. Ее эпатаж (среди прочего) проявляется в смеси монашенки с крестами с сексуальной девой в коже, коротких шортах и чулках в сеточку. Сегодня эта певица имеет не менее эпатирующий образ вечно юной китчево-привлекательной легенды.

Исследователь О. Тканко в своей статье «Мода и китч: метаморфозы образов костюма» на этот счет пишет: «Носителями „китчевого гламура“ можно считать когорту... звезд шоу-бизнеса, большое количество ведущих и телепередач в целом, отдельных дизайнеров одежды и тому подобное» [8].

«Эпатирующий» китч становится уместным не только на сцене, но и в повседневной жизни звезд, что дает возможность подчеркнуть их творческий статус и имидж известного человека. Однако следует помнить, что над образом и имиджем звезд работают профессиональные стилисты/дизайнеры, которые отображают эпатаж по определенным художественным законам, а иначе «эпатирующий» китч станет простой безвкусицей.

Ретроспективность выступает как дополнительный источник вдохновения для создания нового и свежего образа, где цитаты исторических и ретро-костюмов соединяются с современной одеждой, что выглядит необычно и оригинально на фоне обычной современной одежды. Кроме того, цитаты сами по себе выступают одними из главных признаков китча, что наделяет их уникальностью как чертой, присущей лишь китчу.

Демократичность служит определенным девизом вседозволенности, без которой ни китч, ни эклектика, ни эпатаж не могли бы существовать. Поэтому можно соединять в костюме что угодно с чем угодно. Однако такая вседозволенность не должна выходить за пределы целесообразности. С целью избежать реальных костюмных неудач стоит придерживаться минимальных принципов проектирования костюма. Потому следует обращаться к принципам комбинаторики, правилом которой является наличие хотя бы одного сочетаемого элемента. Так костюм будет выглядеть целостно и в известной мере грамотно.

Деконструктивизм становится своеобразным выражением принципа вседозволенности, который проявляется уже на начальном этапе изготовления одежды, а именно — в построении конструкции и ее последующем моделировании. К стандартным построениям добавляются геометрические формы, а также элементы форм флоры и фауны в виде 3D-моделирования.

В свою очередь, сочетание дорогих и дешевых материалов (в том числе использование нетрадиционных материалов), а также повторное видоизмененное использование предметов одежды становятся еще одним

Обобщенные характеристики китча, эклектики и эпатажа при формировании актуального проектного образа в современной индустрии моды

The generalized characteristics of a kitsch, eclecticism and shocking when forming an actual project image in the modern industry of fashion

Проектный признак	Китч	Эклектика	Эпатаж
Ретроспективность: соединение элементов одежды различного исторического контекста, цитаты	+	+	+
Демократичность: соединение различных вещей по собственному вкусу; использование вещей, материалов и т. д. не по назначению	+	+	+
Комбинаторность: наличие хотя бы двух элементов с возможностью их комбинирования с другими элементами и формами	+	+	+
Свободное планирование формы костюма	+	+	+
Деконструктивизм: поиск новых, нетрадиционных форм, конструкций, способов обработки, фактур, материалов	+	+	+
Имитативность: имитация дорогих материалов, роскоши	+	+	+
Соединение дорогих и дешевых элементов проектного образа	+	+	+
Повторное видоизмененное использование материалов и предметов костюма	+	+	+

воплощением демократичности и средством творческой выразительности.

Сравнительный анализ поможет обобщить наличие вышепредложенных стилиевых признаков в каждом из проявлений современного дизайна (китч, эклектика, эпатаж) в рамках актуального модного костюма как продукта индустрии модной одежды (таблица).

Таким образом, учитывая влияние китча, эклектики и эпатажа на современный костюм, целесообразно исследовать, как именно их стилиевые признаки пронизывают одежду разных слоев потребителей, которых можно разделить на потребителей продуктов Высокой моды и их творцов, а также на представителей уличной моды, которая шагает параллельно с профессиональным модным миром.

В целом светские люди постоянно находятся в стремлении к самовыделению в целях поддержки собственной популярности и привлечения внимания к собственной персоне, что будет гарантировать их успешность в избранной ими творческой сфере. Этот «эпатирующий» китч выливается преимущественно в гламурных и богемных стилиевых направлениях, которые имеют целью подчеркнуть роскошную жизнь звезд и их успех.

Таким образом, можно проследить наличие и характеристику упомянутых стилиевых признаков на примерах проектной деятельности дизайнеров и модельеров, которые работают в разных сегментах индустрии моды, что поможет лучше понять их родство и разницу, особенно между костюмами Высокой и уличной моды.

Поскольку китч, эклектика и эпатаж являются родственными направлениями, которые не могли бы существовать друг без друга, выступая в продуктивном симбиозе, можно сделать вывод, что они имеют общие

стилиевые признаки, среди которых можно выделить ретроспективность, демократичность, комбинаторность, деконструктивизм, сочетание дорогих и дешевых материалов, повторное видоизмененное использование предметов одежды и т. п.

Литература

1. Отличительные черты эклектики как стиля. URL: <http://fashionologia.ru/moda-i-stil/stil-eklektika-v-odezhde.html> (дата обращения 18.07.2016).
2. Овчинникова, Р. Ю. Китч как концепция в графическом дизайне: дис. ... канд. искусствовед. / Р. Ю. Овчинникова. — Екатеринбург, 2007. — 276 с.
3. История casual стиля (Teddy-boys, Modos, скинхеды, футбольные хулиганы). URL: <http://www.be-casuals.ru/collections/295-istoriya-casual-stilya.html> (дата обращения 18.07.2016).
4. Стиль casual (кежуал) — мода без правил. URL: <http://fashionologia.ru/casual.html> (дата обращения 18.07.2016).
5. Стиль casual: характерные особенности, разновидности, фирмы-изготовители. URL: <http://zapiskiprofana.ru/stil-casual/> (дата обращения 18.07.2016).
6. Чуприна, Н. В. Еклектизм як засіб формування модних тенденцій в сучасній індустрії моди / Н. В. Чуприна, Т. М. Остапенко // Вісник Харківської державної академії культури та мистецтв. — Харків, 2014. — № 2. — С. 51–55.
7. Использование эклектики и стиля фьюжн в одежде. URL: <http://www.irbis.vegu.ru/repos/12032/HTML/105.htm> (дата обращения 18.07.2016).
8. Тканко, О. Мода і китч: метаморфози образів костюму / О. Тканко // Вісник Львівської національної академії мистецтв. — Львів. — № 26. — С. 61–67.