

Модный показ в контексте диалога культур: актуальные аспекты

Научный руководитель – Добросклонская Татьяна Георгиевна

Мищенко Александра Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Продюсерство, Москва, Россия

E-mail: alexandramishenkoff@gmail.com

После распада СССР модная индустрия России десятилетиями находится в процессе становления, постоянно преодолевая все новые препятствия на своем пути. Среди причин исследователи выделяют и так называемое «советское прошлое». Кроме того, за последние несколько лет по причине ухода с отечественного рынка иностранной компании-спонсора полностью утерян ритм, задаваемый производству главной неделей моды страны - Mercedes-Benz Fashion Week: вторая Московская неделя моды организована спустя почти два года после предыдущей, вынужденно имевшей спонтанный внесезонный характер.

Кульминационным моментом любой недели моды и деятельности каждого дизайнера является модный показ - особым образом организованное зрелищное мероприятие, которое, как феномен массовой культуры, должно способствовать формированию модных тенденций и области желаемого. Будучи одним из самых затратных этапов модной индустрии, презентация коллекции на отечественном подиуме до сих пор остается лишь средством социального признания дизайнера.

Вопреки экономическим факторам, авторитетные зарубежные исследователи отмечают, что национальная модная индустрия, даже не принося прибыли и не ориентированная на глобальный рынок, важна для формирования национальных образов и стратегии позиционирования как символическая индустрия; глобальная мода, вопреки прогнозам, не уничтожила локальную и национальную, а стимулировала проявления культурной уникальности, что особенно важно в мировом контексте [3,4]. Если перед национальной модой стоит задача как можно ярче выделяться на все более глобализованном рынке, то перед западной - проблема непрерывного поиска способов сохранить влияние и расширить присутствие на «чужих» территориях.

Модный показ, как и модная индустрия в целом, хотя и имеет французские корни, является продуктом культуры Запада. Сегодня можно утверждать, что культурная форма «модный показ», выдержав проверки социальным опытом, не только включилась в западную культурную традицию, но и стала глобальной культурной нормой.

Наряду с мировой экспансией западных образа жизни и ценностей в глобализационном процессе осуществляется межкультурное взаимодействие в формате диалога культур. Понятие, введенное в оборот русским философом М. М. Бахтиным, нашло продолжение в трудах отечественных и зарубежных ученых. «Данный тип межкультурного взаимодействия представляется многим исследователям единственным адекватным и перспективным способом мирного сосуществования множества различных культур в условиях современности» [1].

По мнению автора исследования, применительно к модному показу актуальны все типы межкультурного диалога, выделяемые отечественными культурологами.

Горизонтально-синхронный диалог, выступающий специфическим видом контакта национальных и этнических культур, важен не только как активный обмен ценностями и

результатами деятельности, но и, как уже было отмечено, способ цивилизационного сосуществования. Так, все мероприятия в рамках культурного обмена, в том числе - модные показы международного проекта Правительства РФ и Министерства культуры РФ «Русские сезоны», специальных событийных программ на уровне государства и международных организаций, помогают противостоять пропаганде СМИ, навязанным стереотипам и отсутствию грамотной коммуникации, что особенно актуально на фоне утверждения президентом «Концепции внешней политики Российской Федерации» 31 марта 2023 года [2] и политической ситуации в мире.

Вертикально-синхронный диалог культур - опосредованное взаимодействие реципиента с инокультурной традицией - для модной индустрии имеет значение прежде всего как фактор креативности, однако в последние годы стал поводом и для множества конфликтных ситуаций, когда в адрес известных западных модных домов сразу после показов звучат обвинения в плагиате. Результат - имиджевые, репутационные и финансовые потери. Поэтому примеры как негативного опыта, так и успешного сотрудничества должны быть изучены: рассчитывать на экономический успех невозможно без уважения к чужой культуре.

Синхронный диалог в целом характеризуется установкой на равенство и партнерство и направленностью на Другого как некую самобытную реальность. Отсутствие внешнего влияния ведет к потере стимула к развитию, что обуславливает первостепенное значение в системе факторов социокультурных трансформаций синхронного взаимодействия культур [1].

Вертикально-диахронный диалог культур, представляющий собой опосредованную взаимосвязь актуального и предшествующего состояний культуры, имеет исключительное значение применительно к российской «модной» действительности, где целый пласт накопленного опыта оказался вычеркнут: старые советские институты моды были ликвидированы как устаревшие и потерявшие эффективность, а попадание в абсолютную зависимость от западных стандартов при невозможности влиять на них сделало отечественную модную индустрию неконкурентоспособной. Как утверждает исследователь межкультурного диалога Е. Б. Вознюк, преобладание синхронных процессов над диахронным, выраженное в полном разрыве с прошлым, ведет к утрате ценностных достижений - «ядра» собственной культуры. Роль культуры прошлого в данном случае активна: она выступает своеобразным «собеседником», способным, формулируя вопросы и служа базой для ответов, открывать новые грани настоящего. При заимствовании же инационального крайне важны постепенность, избирательность, органическое соединение старого и нового [1]. Наилучшим примером в данном случае представляется подиумный опыт Китая.

Основные положения настоящего доклада призваны обосновать актуальность выбранного теоретического подхода к исследованию функционирования модного показа в культурно-историческом процессе и в период глобализации.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения собранных и систематизированных материалов для преподавания теории и истории культуры в целом и моды в частности, в разработке специальных курсов для подготовки продюсеров, менеджеров, дизайнеров, специалистов в области рекламы и PR и т.д.

Источники и литература

- 1) Вознюк Е.Б. Межкультурный диалог как фактор развития культуры в период глобализации. Автореф. дисс. ... канд. Культурологии. Барнаул, 2001.
- 2) Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В.Путиным 31 марта 2023 г.) - <https://www.mid.ru/ru/de tail-material-page/1860586/>

- 3) Крейк Дж. Глобализация // Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / Под ред. Адама Гечи и Вики Караминас; пер. с англ. Т. Пирусской. 2-е изд. - М.: Новое литературное обозрение, 2021. С. 170-178.
- 4) Skov L., Melchior M. Letter from the Editors // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. 2011. Vol. 15.4. P. 133.