



УДК 7.05: 316.728

ВПЛИВ ФЕНОМЕНУ «КУЛЬТУРИ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ» НА РОЗВИТОК МОДИ

КУДРЯВЦЕВА Надія, НІКОЛАЄВА Тетяна, ДАВИДЕНКО Ірина,
МЕЛЬНИК Ольга

Київський національний університет технологій та дизайну,
Київ, Україна

irinedavidenko@gmail.com

В дослідженні розглянуто вплив феномену «культури знаменитостей» на формування стилістики та дизайну в сучасній моді. В глобальному світі з розвитком цифрових технологій життя знаменитостей стало надбанням громадськості. В різні періоди часу ідеалами та взірцями поведінки ставали актори, політичні діячі, журналісти, письменники, дружини президентів, зірки шоу-бізнесу, телебачення та інтернету. Всі аспекти сучасної культури тісно пов'язані із відношенням споживачів до популярних особистостей та знаменитостей. В культурі знаменитостей люди ідеалізують відомих осіб, їх спосіб життя, манеру поведінки та зовнішній вигляд.

***Ключові слова:** культура знаменитостей, ідеал краси, мода, наслідування.*

ВСТУП

Культура знаменитостей, яка остаточно сформувалась в ХХ столітті, досі зберігає вплив на формування модних трендів. Даний феномен пояснюється потребою суспільства в ідеалах і взірцях поведінки. Всі аспекти сучасної культури тісно пов'язані із відношенням споживачів до популярних особистостей та знаменитостей.

Утім постійні трансформації в суспільстві також накладають свій відбиток на образи, які транслиують знаменитості. Гонитва за наслідуванням культури знаменитостей змінила розуміння приватності, смаків та особливостей споживання [1].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

З розвитком соціальних мереж як інструменту глобальної комунікації культура знаменитостей постійно поповнюється новими суб'єктами, які пропонують свої, часто епатажні ідеали і зразки поведінки. Це більш ніж просто відчуття причетності чи зануреності в життя знаменитостей, намагання ніби прожити частину їх життя [2]. Відтак актуальним є дослідження феномену «культури знаменитостей» як чинника впливу на формування модних тенденцій.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Явище «культури знаменитостей» має давню історію (в будь-якому суспільстві існувала потреба у кумирах), однак відігравати суспільну роль як стимулу до витрат стало з формуванням «суспільства споживання». У 1899 р. економіст Т. Веблен вводить термін «демонстративне споживання», тобто витрати на продукти чи послуги, що скоріш покликані підвищити престиж, ніж мають якусь практичну цінність [3]. Своєю чергою, в опублікованій в 1957 році праці В. Паккарда розкривається роль реклами як засобу маніпуляцій та впливу на споживачські звички покупців [4]. В 1979 році публікується праця К. Лаша «Культура нарцисизму», де окреслене життя заради моменту слави, всеосяжна пристрасть жити заради себе, наслідуючи при цьому найбільш престижні ідеали суспільства.

На початку ХХ ст. зразками для наслідування, що впливали на моду та стиль, були переважно актори. Стиль в одязі пропанував театр, який надавав можливість ознайомитись з шедеврами високої моди. Найвідомішими представницями тогочасних кумирів світського життя були: одна з найвеличніших зірок театру Сара Бернар та трагедійна актриса Елеонора Дузе. В 1900 році, журнал «Harper's Bazaar», назвав актрису Елсі де Волф найкраще одягнутою жінкою Америки.

Після 1918 року розпочався розквіт німого кіно. Кумири сцени поступились своєю провідною роллю кумирам екрану. Новий ідеал жінки сполучав у собі ангела та демона одночасно.

У 20-і роки ХХ століття кумирами суспільства стають зірки джазу та кабаре. Одночасно з відомими зірками сцени зростає роль таких публічних особистостей, як письменниця Гертруда Стайн, в салоні якої збирались літератори, художники та рицарі пригод. Безумовно, представницею культури видатних особистостей того часу слід вважати і Коко Шанель, оскільки весь стиль її життя сприяв формуванню нового шляху до сучасних ідеалів та нових засад публічного життя [5].

1930-і роки принесли нові ідеали для наслідування. Так, окрім зірок сцени та кіно кумиром всього світу стала Амелія Ергарт, перша жінка, яка здійснила безпересадний переліт крізь Атлантику. Диктують моду та стиль життя перші жінки журналістки, на кшталт Лі Міллер, та режисери кіно, як Лені Ріфеншталь. В моду активно вводяться елементи чоловічого одягу, що повинно пропагувати новий стиль життя самостійної, розумної та визнаної в суспільстві жінки.

Після Другої Світової війни разом з кіно поширювати ідеали для наслідування стала культура секс-символів, в якій використовували чоловіків для досягнення статусу і багатства (Ріта Хейворд, Ава Гарднер). Ідеал довершеності жінки втілювався у 50-х роках в образі акторки Грейс Келлі, яка стала княгинею Монако. Подібні цінності суспільної думки втілювала й дружина президента Аргентини Евіта Перон, яка була не тільки красунею та світською левицею, а й успішним політичним діячем (Рис. 1а). Традиційно кумирами широких кіл суспільства та ідеалами краси були відомі акторки того часу.

Молодіжна революція 60-х років принесла значні зміни ідеалів суспільства та переоцінку значення приватного життя. Символом стилю та



ідеального сприйняття особистого життя була Жаклін Кеннеді, дружина президента США.

Проте революційний дух в ідеали стилю та моди привнесли зірки шоу-бізнесу. Дженіс Джопплін (рис. 1, б) та Джоан Байез в потертому одязі, з довгим, недоглянутим волоссям та вільним від усяких обмежень стилем життя, уособлювали ідеали молодіжного покоління.

В 70-х роках кожна людина могла прославитись та стати взірцем для наслідування лише завдяки активній участі в суспільному житті, провокаціях та скандалах. Образи для наслідування бунтівних красунь представляли Б'янка Джаггер (рис. 1в), Лайза Мінеллі, Джейн Біркін, а ідеали краси змінились невпізнанно. Ніна Хаген (рис. 1г), співачка та послідовниця культури панків, стала зіркою натхнення для відомого дизайнера Жан-Поля Готьє та Кензо.



Рис. 1. Ідеали 50-х – 70-х років:
а – Евіта Перон; б – Дженіс Джопплін;
в – Б'янка Джаггер; г – Ніна Хаген.

80-ті роки стали роками контрастів, коли гарним тоном стало нестримне споживання розкоші та підвищена увага до власної особистості. Значну роль відіграє телебачення та популярні серіали, наприклад такі як «Даллас», що пропагували не тільки модні тенденції в одязі, а й певний стиль життя (рис. 2, а).

В 90-х роках зростає вплив жінок-інтелектуалок на сприйняття стандартів життя. Хіларі Клінтон, Опра Уїнфрі, та інші жінки політики, журналістки, письменниці, здобувають значну популярність та устремління їх наслідувати. Важливим фактором стає відкритість для спілкування, обмін думками про цінності життя, вишукані тенденції стилю та моди. В цей період активно розкручується і широко наслідується медійний образ Мадонни.

Важливу роль в формуванні культури знаменитостей відіграє розвиток інформаційних технологій, поширення Facebook та You Tube. Відомі особи відкривають свої бутіки, створюють модні колекції, активно спілкуються з публікою на телебаченні, їх образи використовуються у створенні



комп'ютерних ігор. Знаменитості стають найбільш оплачуваними персонами в Instagram. Постійний перегляд реаліті-телепрограм, таких як «Сімейство Кардаш'ян», провокує зміни в смаках та звичках суспільства, в устремліннях постійно спостерігати за існуванням інших людей (рис. 2, в).

Відомі особистості не просто задають моду і тренди в стилі життя, а й стають агентами впливу – «інфлуенсерами». Відео, публікації в журналах, телепрограми та книжки про життя знаменитостей розходяться мільйонними тиражами. Одним з найбільших проявів індустрії нарцисизму став фільм П. Шредера «Американський Жиголо», який познайомив споживачів з дизайнерськими брендами та модними лейблами (рис. 2, б).

В суспільстві ХХІ століття значною мірою нівелювались принципи скромності, жертвності, ощадливості та дисципліни, що асоціювались з соціальною етикою. Суспільство достатку заохочене до споживацької ментальності, наслідування без співчуття.



а



б



в

Рис. 2: а – актори серіалу «Даллас»;
б – кадр з фільму «Американський Жиголо»;
в – дійові особи реаліті-шоу «Сімейство Кардаш'ян».



ВИСНОВКИ

В епоху інформаційних технологій культура знаменитостей продовжує формувати сучасну моду та стиль життя, а самі знаменитості часто перетворюються на рекламних агентів впливу, що прагнуть конвертувати свою популярність у багатство.

Культура знаменитостей відзначається високим рівнем плинності, популярність зірки завжди залежить від примх публіки, яка кінець кінцем втомлюється від будь-кого та будь-чого, часто змінюючи своїх кумирів та ознаки престижності, пов'язані з ними. Тому цікавим напрямком подальших досліджень може стати визначення та структуризація закономірностей впливу культури знаменитостей на розвиток перспективних тенденцій моди та стилю.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты* [Монография] / Музыченко А. В., Назарова Н. С., Стрижова И. А. Одесса: Печатный дом, 2014. 196 с.
2. Зелинг Шарлотта. *Мода. Век модельеров 1900-1999*. Koln: Konemann 2000. 655 с.
3. Веблен, Торстейн Бунде. *Теория праздного класса : The theory of the leisure class. An economic study of institutions* / Т. Веблен ; пер. с англ., С. Г. Сорокиной ; общ. ред. В. В. Мотылева. М. : ЛИБРОКОМ, 2011. 365 с.
4. Vance Packard. *The hidden persuaders* Brooklyn, N.Y. : Ig Pub., 2007. 240 p.
5. Ніколаєва Т.І., Кудрявцева Н.І., Нетикша Я.С. Вдосконалення пластики форми та асортименту одягу на основі вивчення чоловічого костюма 90-х років ХХ ст. *Легка промисловість*. 2017. №3 (250). С. 33–35.

KUDRYAVTSEVA N., NIKOLAIEVA T., DAVYDENKO I., MELNIK O.

INFLUENCE OF THE PHENOMENON OF "CELEBRITIES" ON THE DEVELOPMENT OF FASHION

In the study, the influence of the phenomenon of "celebrities" on the formation of stylistics and design in modern fashion is considered. In the global world with the development of digital lifestyles, celebrities became the public's domestic. In different times, the ideals and models of behavior became actors, political figures, journalists, writers, wives of presidents, stars of show business, television and internet. All aspects of modern culture are closely related to consumers' relation to popular personalities and celebrities. In the culture of celebrities, people are idealized by famous persons, their lifestyle, manner of behavior and appearance

Key words: *Culture of celebrities, ideal of beauty, fashion, imitation.*