

Секция «Культурная политика и управление в гуманитарной сфере.»

Арт-проект «Ассоциации» как уникальный опыт отечественного модного показа

Научный руководитель – Добросклонская Татьяна Георгиевна

Мищенко Александра Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: alexandramishenkoff@gmail.com

«Ассоциации» - музыкально-театральная коллаборация с элементами дефиле в парках и дворцах ГМЗ «Царское Село». Проект реализуется ежегодно с 2009-го года и в 2022-м стал победителем второго конкурса грантов Президента РФ. В обосновании значимости культурного проекта организаторы отмечают важность укрепления, осовременивания и популяризации через визуализацию культурной идентичности как основы единства и сплоченности российского общества, государственного суверенитета и цивилизационной самобытности страны [8], что немаловажно и для государственной поддержки в соответствии с вступившим недавно в силу Федерального закона «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [6]. Посещаемость мероприятия выросла с 500 человек в 2009-м до 14300 в 2024-м году.

«Ассоциации» на сайте музея представлены как имиджевый проект (по функции) и арт-проект (по формату), в рамках исследования рассматриваются как проект культурный со следующими характеристиками: проектная деятельность, нацеленная на переустройство конкретной реальности, - всегда инициирующий процесс с «зоной риска» (от человеческого фактора до объективных социальных и природных катаклизмов) и возможным расхождением поставленных целей и конечных результатов; уникальность проектной деятельности сосредоточена в нестандартности, неповторимости, современности мероприятий; для культурного проекта важны и функциональность, и ценность; успешно реализованный (реализуемый) проект может стать основой для ведения рутинной деятельности [2].

За основу настоящего исследования принято предположение, что проверенное временем уникальное сочетание организационно-творческих аспектов и промежуточные итоги «Ассоциаций» позволяет рассматривать культурный проект в качестве альтернативы традиционной неделе моды западного образца.

Идея, актуальная на фоне поиска российской модой собственной системы вместо утраченной советской, впервые была озвучена публично в одном из интервью в 2017-м году: «Татьяна Парфенова считает, что логичным продолжением проекта может стать Неделя Высокой моды в Петербурге, которая задаст стандарт качества и смотивирует развитие молодых талантов. «Несмотря на то, что в показе участвуют театральные режиссеры, танцовщики и артисты, это, в первую очередь, мода, <... > Поэтому я бы рассматривала «Ассоциации» не только как театральную историю, но и как зарождение российской моды от-кутю» [7]. «Уровень события должен быть высочайшим!»- директор музея Таратынова О.В. поставила перед организаторами задачи расширения статуса и географии участников, в 2022-м году для инициирования зарубежного интереса на дефиле были приглашены сотрудники дипломатических служб дружественных стран, а в 2024-м посредством конкурсного отбора определен «иногородний» представитель молодого поколения модельеров Александра Гапанович, ставшая дизайнером года [4].

Система модных показов в своё время стала инновацией, позволившей существовать экономике с высоким уровнем производительности, задавая ритм морального устаревания

ния вещей, и в столицах моды прилагаются немалые усилия, в том числе на государственном уровне, для поддержания существующего порядка. Чтобы дистанцироваться от существующих недель моды, необходимо преодолеть существующую традицию - новое должно быть качественно иным. Исследователи моды полагают, что сегодня «перед региональными дизайнерами, национальными брендами и индустриями стоит задача как можно ярче выделиться на все более локализованном рынке», что глобальная мода стимулирует проявление культурной идентичности, что «у моды огромный потенциал, который она может развивать, преобразуя городскую повседневность по всему миру» [1].

Каждый из организационно-творческих аспектов модного показа проекта заслуживает самостоятельного исследования, поскольку уникальность устанавливается через сопоставление артефактов со схожими чертами и характеристиками. Многие из них не новы: коллаборация с музейным пространством, публичность, массовость, общедоступность дефиле, многожанровость, мультипликативный эффект и т.д., однако имеют в конкретном контексте ряд особенностей, влияющих на конечный продукт.

Модный показ - продукт массовой культуры, производимый профессионалами с определенной целью и адресованный массовому обезличенному потребителю. Стратегия потребления - важный для проекта фактор. Абсолютная «креативность» - лимитированность и рукотворность, дистанцирование презентации и реализации во времени и пространстве создаваемых один раз в год тематических дизайнерских коллекций - меняют представление о функционировании индустрии: массовый потребитель «Ассоциаций» нацелен не на материальное обладание, а на получение эмоционального опыта - удовольствия и впечатлений, что актуально, когда главные надежды возлагаются «на преодоление сверхпотребления не идейными стратегиями, а именно благодаря эстетизации нашего потребления» [7].

Важным фактором для оценки перспектив проекта являются возможности ГМЗ «Царское Село», которые, однако, ограничены рассчитанной специалистами безопасной для паркового ансамбля нагрузкой. Гибридность формата мероприятия, ориентация на растущий туристический поток, сезонную привлекательность, привязанность к социально-адаптированным площадкам с культурным наполнением, развитая городская инфраструктура - развитие «Ассоциаций» до отличительного или мега-события (при всей сложности определения этих понятий [3]) в сфере моды возможна только в Санкт-Петербурге с его историческим наследием, актуальной культурой и романтикой белых ночей.

Событие на всех этапах широко и качественно освещается в новостной и профильной прессе, однако на момент публикации тезисов доклада статей, посвященных научному исследованию каких-либо аспектов проекта, найти не удалось.

Теоретическое осмысление многолетнего опыта модных показов «Ассоциаций» исключительно важно для научно-стратегического обоснования практики. Материалы исследования могут быть использованы при подготовке продюсеров, менеджеров культуры, специалистов в сфере модной индустрии и СМИ.

Источники и литература

- 1) 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.
- 2) Рыбалкина П. В., Калинина Г. Н. Культурный проект как ценность культуры // Наука. Искусство. Культура. 2018. №3 (19). С. 3-4.
- 3) Первое экономическое издательство: <https://1economic.ru/lib/40806>
- 4) Петербургский дневник: Ольга Таратынова о модном дефиле «Ассоциаций» <https://spbdnevnik.ru> <https://spbdnevnik.ru/news/uroven-sobytiya-dolzhe...>

- 5) ПостНаука: Будущее потребления — все самое интересное на ...ПостНаука<https://postnauka.org> > video
- 6) Президент России: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912>
- 7) Собака.ru: <https://www.sobaka.ru/fashion/heroes/74697>
- 8) Фонд Президентских грантов: <https://президентскиегранты.рф>