УДК 379.81

ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА ДЕФИЛЕ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Васильева Е.Н.

ФГБОУ ВО «Тюменский государственный институт культуры», Тюмень,
e-mail: tgiik-rektorat@mail.ru

В данной статье осуществлена попытка исследования феномена дефиле в предметном поле теории и практики социально-культурной деятельности. Представлены научные подходы к осмыслению изучаемого понятия. Рассмотрены его процессуальные и функциональные характеристики. Произведен анализ дефиниций дефиле, что позволило выявить его существенные признаки, основные функции, а также многогранный потенциал, широко использующийся в практике различных культурно-досуговых учреждений. В зависимости от целей и задач, а также статуса (коммерческое, некоммерческое) учреждений, дефиле активно реализуется как технология либо креативная форма проведения мероприятий по привлечению потребителей культурных услуг. Посредством синтеза культурных форм – театра, моды и книги, продемонстрирован спектр функциональных возможностей дефиле: культурно-воспитательных, информационно-коммуникативных, художественно-эстетических, маркетинговых. Предложено авторское определение понятия дефиле, рассматривающее его как развивающуюся художественно-зрелищную технологию, включающую комплекс организованных взаимосвязанных действий, реализуемый в заданном пространстве при помощи культурно-досуговых форм, средств и методов, обладающую культуротворческим, педагогическим и маркетинговым потенциалом. Обозначены специфика и основные особенности организации дефиле в сфере культуры, предполагающие наличие у менеджеров культуры специальных компетенций.

Ключевые слова: дефиле, художественно-зрелищная технология, социально-культурная деятельность, культурно-досуговые формы, организация дефиле

RESEARCH OF THE PHENOMENON OF DEFILE IN THE CONTEXT OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITIES

Vasileva E.N.

Tyumen State Institute of Culture, Tyumen, e-mail: tgiik-rektorat@mail.ru

This article attempts to study the phenomenon of defile in the subject field of theory and practice of socio – cultural activities. Scientific approaches to understanding the concept are presented. Its procedural and functional characteristics are considered. The article analyzes the definitions of the defile, which allowed us to identify its essential features, main functions, as well as its multi-faceted potential, which is widely used in the practice of various cultural and leisure institutions. Depending on the goals and objectives, as well as the status (commercial, non-commercial) of institutions, defile is actively implemented as a technology, or a creative form of events to attract consumers of cultural services. Through the synthesis of cultural forms-theater, fashion and books, the range of functional capabilities of the defile is demonstrated: cultural and educational, information and communication, artistic and aesthetic, marketing. The author's definition of the concept of «fashion show» is proposed, considering it as a developing artistic and entertainment technology, including a complex of organized interrelated actions implemented in a given space using cultural and leisure forms, tools and methods, with cultural, pedagogical and marketing potential. The specifics and main features of the organization of defiles in the field of culture are indicated, suggesting that cultural managers have special competencies.

Keywords: defile, art and entertainment technology, social and cultural activities, cultural and leisure forms, organization of fashion shows

Дефиле как особая организованная реальность сегодня активно пронизывает социокультурную среду обитания современного человека. Являясь атрибутом модной индустрии, дефиле эволюционировало от элитарной культуры до грандиозного шоу, проникая в массовое сознание людей и постепенно завоевывая площадки многочисленных культурно-досуговых учреждений.

Особое внимание к рассмотрению данного явления в предметном поле социально-культурной деятельности обусловлено целым рядом объективных причин.

Во-первых, М.А. Ариарский, определяя современную эпоху как креативно-информационную, подчеркивает необходимость «приведения социокультурной деятель-

ности в соответствие с новой социокультурной ситуацией и новыми требованиями к содержанию и формам вовлечения разных групп населения в мир культуры и социального творчества» [1, с. 104]. Ключевыми факторами трансформации досуговой сферы в настоящее время выступают расширение сознания людей, высвобождение их социальной активности и инициативы, а также условия рыночной экономики, что вплотную приближает ее к маркетинговым технологиям.

В процессе активного поиска и удовлетворения потребностей отдельных граждан и социальных групп культурно-досуговая деятельность постепенно преобразуется в индустрию досуга.

Во-вторых, в социокультурной практике прослеживается диверсификация массовых форм культурно-досуговой деятельности. Заимствуются и творчески перерабатываются формы из других сфер деятельности, что вызвано «тенденцией «смещения» элементов элитарной и массовой, традиционной и мировой культуры, элементов различных жанров (кино, театра, фотографии, живописи, скульптуры, танца и т.д.)» [2, с. 99]. Все чаще в разработке досуговых форм специалисты сферы культуры обращаются к технологии театрализации, где зрелищность и создание особой праздничной атмосферы реализуется за счет синтеза видов искусств.

В-третьих, в теории и практике социально-культурной деятельности, предметность и интегрирующий характер различных отраслей гуманитарного научного знания (культурологии, социальной педагогики, управления и др.) позволяет использовать их методики и технологии с целью получения всесторонней информации о различных феноменах социально-культурной деятельности.

Вышесказанное актуализирует обращение к проблеме определения дефиле как явления социально-культурной деятельности, его потенциала в развитии индустрии досуга.

Цель исследования: анализ современного состояния исследования дефиле как особого явления в теории и практике социально-культурной деятельности.

Материалы и методы исследования включают в себя анализ информационных и методических материалов, освещающих различные контентные проявления исследуемого феномена дефиле в предметном поле социально-культурной деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение

Осмысление дефиле в научной литературе как многогранного феномена позволяет утверждать отсутствие единого подхода к его пониманию.

Термин дефиле (от франц. *défilé* – тянуться нитью, проходить мимо один за другим) употребляется как в единственном, так и во множественном числе, различных значениях. Так, в словаре Т.Ф. Ефремовой термин дефиле определяется следующим образом: 1. Узкий проход между возвышенностями или водными преградами. 2. Проход между препятствиями, обычно используемый обороняющейся стороной для задержания противника. 3. Демонстрация военнослужащими приемов и способов перестроения с оружием на парадах; плац-концерт. 4. Демонстрация моделей одежды

манекенщицами в процессе их движения по подиуму. 5. Выездка как вид спорта [3].

Разнообразные толкования термина дефиле могут быть представлены в виде исследовательских подходов.

В первом случае понятие дефиле употребляется в географическом значении; это природные или искусственные объекты.

Во втором случае понятие употребляется в военном значении: как местность, пригодная в качестве маршрутов для передвижения войск с труднопроходимыми препятствиями.

Последние три значения, с нашей точки зрения, органично вписываются в сферу социально-культурной деятельности, которая включает в себя не только любительские занятия в сфере досуга, но и «профессиональный труд, распространяющийся далеко за рамки традиционного досуга» [4, с. 49]. Представленные значения можно интерпретировать как культурно-массовые мероприятия, относящиеся к спортивным, зрелищным и рекламно-коммерческим видам, поскольку акцент сделан на действии, аналогом которого является термин «дефилировать» – торжественно проходить, шествовать (на парадах, демонстрациях и т.п.) [5].

В работах отечественных культурологов и искусствоведов понятие дефиле редко является предметной областью специального рассмотрения. Ученые обращаются к данному термину в контексте исследования феномена моды (О.А. Бакеркина, Э.В. Васильева, И.Н. Гарбазей, М.В. Грусман, Е.В. Глинская, М.В. Дубенкова, Л.А. Климова, Г.И. Могилевская, А.С. Ошмарина, Л.Г. Сидорчукова и др.), наделяя его следующими значениями: «модный показ» (употребляется как синоним дефиле и обозначает форму представления коллекций; демонстрацию одежды из новой коллекции; новый синтетический вид искусства в эпоху постмодерна; культурную практику; визуальный способ предоставления информации); «модное шоу» (показ, имеющий развлекательный постановочный характер); «подиум» (от лат. *podium* – терраса) – интерпретируется как «организованный процесс показа моделей одежды, обуви и/или аксессуаров (модных объектов), имеющих ту или иную символическую нагрузку (модные значения), с целью демонстрации творческого потенциала дизайнера и/или продвижения товаров на рынке» [6].

Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина определяют дефиле как социальное мероприятие, специальное событие в сфере культуры.

В рамках педагогического осмысления исследуемое понятие рассматривается

в контексте образовательных, воспитательных и развивающих функций театра моды, профессиональной подготовки военных музыкантов и т.п. (Л.Д. Андреева, О.В. Комова, А.В. Малахова, М.А. Мельник, А.В. Федорова и др.).

Представленное терминологическое многоголосье, скорее всего, связано с областью применения, а также процессуальным или функциональным аспектом анализа изучаемого понятия.

Анализ приведённых выше дефиниций дефиле как особого явления социально-культурной деятельности позволил выделить два образующих его аспекта – коллективную природу и целенаправленный сознательный характер деятельности, а также основные функции и существенные признаки.

В настоящее время посредством дефиле реализуются следующие функции: культурно-воспитательная, информационно-коммуникативная, художественно-эстетическая, рекреационная, маркетинговая.

Многофункциональность дефиле демонстрирует утрату традиционных связей между формами социально-культурной деятельности и присущими им функциями в классических классификациях. Сегодня дефиле уже далеко выходит за рамки только рекреационной функции.

К существенным признакам дефиле относятся массовость, зрелищность, театрализация со всем спектром свойственных ей выразительных средств. Вероятно, заимствование термина дефиле и преобразование его в новую технологию массовой работы связано как с миром моды, так и с трансформацией традиционных форм клубной работы, а именно парадами-шествиями, для которых всегда были характерны массовость и зрелищность.

Так, в современной практике учреждений культуры, в зависимости от их целей и задач, а также статуса (коммерческое, некоммерческое), дефиле активно реализуется как технология, либо креативная форма проведения мероприятий по привлечению потребителей культурных услуг. Специалисты сферы культуры творчески используют широкий спектр его функциональных возможностей посредством синтеза культурных форм – театра, моды и книги.

В таком качестве дефиле востребованы в деятельности библиотек, клубов, учреждений дополнительного образования в разных формах.

В библиотеках широко используются книжные дефиле. Дефиле книжное (подиум литературный) представляет собой «торжественный, величавый проход по сцене

участников в ярких, красивых костюмах, демонстрирующих при этом книгу, возможно дефиле литературных героев, книг (обложек). Модели для книжного дефиле подбираются под впечатлением сюжетов и образов художественной литературы и отражают творчество конкретного писателя, либо конкретное литературное произведение» [7, с. 10]. Например, посредством дефиле книжных новинок освещается каталог книг «в движении». Посетители библиотек знакомятся с новыми изданиями, раскрывая их ценность, приобщаются к мировому литературному наследию.

В литературно-сказочных дефиле (дефиле киногероев) нередко присутствуют элементы театрализации. Такие мероприятия реализуются совместно с домом моды или с участием модельеров-дизайнеров.

Книжные дефиле могут проводиться авторами произведений заочно, посредством красочной презентации. Читатели знакомятся не только с новыми книгами, но и с интересными писателями, творчество которых представлено в библиотеке иногда целыми сериями. В данном случае, термин дефиле трансформируется из физического динамического действия в движение (развитие) мысли, наполняясь новым содержанием.

Воспитательный и развивающий потенциал дефиле в учреждениях культуры ярко раскрывает симбиоз театра и моды.

В клубных учреждениях проводятся конкурсы-дефиле, тематические дефиле, посвященные дачной моде, эко-моде, национальному костюму, костюмированные дефиле с участием животных и др.

В социокультурных любительских творческих объединениях, театрах мод, зрелищная комплексная форма театрализации (синтез режиссуры, сценографии и хореографии) превращает дефиле «не просто в демонстрацию модной одежды, а в полномасштабное шоу, со своей философской идеей, образом и атмосферой» [8].

Театры мод осуществляют свою деятельность на базе детских садов, средних общеобразовательных школ, колледжей, вузов страны, в системе дополнительного образования, реализуя цели творческого развития, адаптации, социализации, самоопределения детей, подростков, молодежи и пожилых людей, где дефиле становится средством решения образовательных, культурно-воспитательных и развивающих задач.

В настоящее время значимой тенденцией в деятельности такого рода объединений является создание для людей с ограниченными возможностями инклюзивной среды средствами культурно-досуговой деятельности.

По нашему мнению, участие инвалидов в дефиле (модных показах) можно рассматривать как важное условие не только восстановления их физических, психологических, и социальных функций, но и развития духовного, культурного, творческого потенциала, улучшения качества жизни в целом.

В процессе подготовки и реализации модного показа организаторы привлекают участникам художественный и эстетический вкус, развивают творческое мышление посредством создания оригинальных модных коллекций, совершенствуют умения создавать собственный образ и демонстрировать коллекции моделей на подиуме (дефилировать), актуализируют интерес к таким профессиям, как топ-модель, швея, модельер, дизайнер одежды [8].

Дефиле как театральные показы могут быть представлены в различных формах: карнавальных, театрализованных шествий, фестивалей, конкурсов, имеют обширную тематику и реализуются в городских, региональных и всероссийских мероприятиях.

В современный период дефиле являются эффективной формой рекламы, инструментом маркетинга. В сфере культуры дефиле востребовано как специальное событие – «явление общественной жизни, организуемое с целью привлечь широкое внимание конкретной аудитории и широкой публики к организациям, ее деятельности, руководству, развитию социальных коммуникаций и социального партнерства» [10, с. 12].

Таким образом, дефиле как феномен социально-культурной деятельности можно трактовать как развивающуюся художественно-зрелищную технологию, включающую комплекс организованных взаимосвязанных действий, реализуемый в заданном пространстве при помощи культурно-досуговых форм, средств и методов, обладающую культуротворческим, педагогическим и маркетинговым потенциалом.

Подобного рода технологии способствуют повышению престижа культурно-досугового учреждения, спросу на его ресурсы, притоку посетителей, что требует от специалистов сферы культуры особого подхода к их организации.

В зависимости от конечных целей, организация дефиле как шоу требует привлечения узких специалистов в связи с решением целого комплекса задач, связанных с разработкой концепции мероприятия, определением места его проведения, стилистическим сопровождением, режиссурой, работой с моделями и визажистами, использованием многообразия форм и видов постановки дефиле и др. Соответственно, важен поиск партнеров, в качестве которых могут высту-

пать модельные агентства, event-агентства, рекламные агенты, СМИ и др.

Современные некоммерческие и коммерческие учреждения культуры реализуют маркетинговую функцию дефиле, уделяя внимание продвижению своей продукции и решая одновременно социальные и экономические задачи. С этой целью они используют методы популяризации и распространения важных сведений о продукте, привлекают средства для поддержания и развития основной деятельности организации.

Все вышесказанное требует от менеджеров в сфере социально-культурной деятельности не только развитых креативных способностей, но и особых компетенций.

Тенденция к слиянию культурных форм в развивающейся индустрии досуга актуализирует умения и навыки менеджеров культуры в коллаборации, особом процессе совместной деятельности, сотрудничестве, при котором происходит обмен знаниями, обучение и достижение консенсуса, где им уготована роль посредника между бизнесом и искусством. Сотрудничество может выражаться в спонсорстве, в совместной рекламе, в использовании продукции партнеров для рекламы и т.д.

В.Е. Новаторов справедливо отмечает, что «в производстве услуг культуры задействованы высококвалифицированные специалисты – режиссеры, музыканты, художники, хореографы – творческие люди, нуждающиеся в особом подходе, постоянной заботе об их профессиональном росте и развитии, популяризации их творческих достижений, иначе говоря – в продвижении» [11, с. 82].

Данный аспект деятельности крайне важен в процессе организации дефиле как масштабного шоу и обозначает запрос на формирование у менеджеров культуры человековедческих знаний в области внутрифирменного и персонального маркетинга и спонсоринга.

Заключение

Резюмируя вышесказанное, важно отметить, что при недостаточной разработанности изучаемого феномена в теории социально-культурной деятельности, в современной практике культурно-досуговых учреждений, дефиле все больше заявляет о себе как формирующаяся, перспективная технология в развитии индустрии досуга.

Реализация художественно-зрелищной технологии дефиле как социокультурной практики позволило выявить основные направления использования его потенциальных возможностей – культуротворческое, педагогическое, маркетинговое.

Культуротворческий потенциал дефиле раскрывается посредством событийной

коммуникации, транслирующей общечеловеческие ценности и ценности культуры. Педагогический потенциал дефиле составляют духовно-нравственное и эстетическое развитие и воспитание, формирование культурно-творческой инициативы личности. Маркетинговый потенциал актуализирует внимание к различным объектам продвижения, реализации проектов и идей, формированию имиджа организаций.

Социально-культурная проблематика феномена дефиле до сих пор не теряет своей актуальности и имеет широкие возможности для дальнейшего исследования.

Список литературы

1. Ариарский М.А. Новый этап в развитии теории социально-культурной деятельности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 1 (51). С. 104.
2. Литвинцева Г.Ю. Исследовательское пространство социально-культурной деятельности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств: науч. журн. 2012. № 1 (10). С. 99.
3. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3-х т. М.: Аст, Астрель, Харвест, 2006.
4. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник. М.: МГУКИ, 2004. С. 49.
5. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистических исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз., Полиграфресурсы. 1999.
6. Грусман М.В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. культ.: 24.00.01. Санкт-Петербург, 2010. 22 с.
7. Современные формы культурно-досуговой работы с читателями / Департамент культуры и туризма Вологодской области; Вологод. обл. универс. науч. б-ка им. И.В. Бабушкина; [сост. Чекушкина Е.Е.; под ред. Корниловой Н.В.]. Вологда: ВОУНБ, 2017. С. 10.
8. Глинская Е.В., Климова Л.А., Могилевская Г.И. Модный показ как новый вид искусства // Молодой ученый. 2018. № 48. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/234/54393/> (дата обращения: 19.04.2020).
9. Климова С.П. Театр моды как форма по созданию среды развития творческих способностей обучающихся // Педагогический опыт: теория, методика, практика: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (г. Чебоксары, 19 февр. 2016 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. С. 191–193.
10. Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В., Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учебное пособие. СПб.: Лань: Планета музыки, 2009. С. 49.
11. Новаторов В.Е. Маркетинг в социально-культурной сфере // Культура и образование: Научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2015. С. 80–87.