

УДК 687.016.5

DOI 10.47367/0021-3497_2021_2_130

**ВОЙЛОК В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ УКРАШЕНИЙ И АКСЕССУАРОВ:
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВОПЛОЩЕНИЯ МОДНЫХ ТРЕНДОВ***

**FELTS IN MODERN DESIGN OF JEWELRY AND ACCESSORIES:
THE FEATURES OF FORMATION AND REALIZATION OF FASHION TRENDS**

А.Т. КУЛСАРИЕВА, М.Э. СУЛТАНОВА, Ж.Н. ШАЙГОЗОВА

A.T. KULSARIYEVA, M.E. SULTANOVA, ZH.N. SHAIGOZOVA

(Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Республика Казахстан)

(Abai Kazakh National Pedagogical University, Republic of Kazakhstan)

E-mail: zanna_73@mail.ru

В статье исследуется специфика формирования и развития в Казахстане и шире – в Центральной Азии – устойчивой моды на украшения и аксессуары из войлока. Представлены итоги комплексного пятилетнего мониторинга тенденций международных центральноазиатских ремесленных ярмарок, деятельности некоторых мастериц – специалистов в области художественной обработки войлока, а также модных "войлочных" трендов в целом.

В результате изысканий выделены основные направления дизайна войлочных украшений и аксессуаров, их связь с культурным кодом, предпочтениями социума (особенно молодежной аудитории) и ростом национального самосознания, а также потенциал дальнейшего развития в формате творческих индустрий.

The article explores the specifics of the formation and development of a sustainable fashion for felted jewelry and accessories in Kazakhstan and, more broadly, in Central Asia. The results of a comprehensive five-year monitoring of trends in international Central Asian craft fairs, and the activities of some craftswomen - experts in the field of artistic processing of felt, as well as fashionable "felt trends" in general are presented.

As a result of the research, the main directions of design of felt decorations and accessories, their connection with the cultural code, preferences of society (especially the youth audience) and the growth of national identity, as well as the potential for further development in the format of creative industries have been highlighted.

* Статья подготовлена в рамках проекта Министерства образования и науки Республики Казахстан AP09259862 "Исследование традиционных ремесел современного Казахстана: состояние и поиск путей сохранения".

* The article was prepared within the project of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan AR09259862 "Research of traditional craft of modern Kazakhstan: state and search for ways to preserve".

Ключевые слова: войлок, украшения и аксессуары, дизайн, творчество, традиции, бренд, Казахстан.

Keywords: felt, jewelry and accessories, design, creativity, traditions, brand, Kazakhstan.

На многие вызовы глобализации способно ответить устойчивое развитие, где важную роль имеет экономический потенциал культуры. Конкурентоспособность экономики, в том числе и казахстанской, в значительной степени обеспечивает грамотное управление брендами. Для Казахстана и ряда других государств Центральной Азии целенаправленные усилия отечественных производителей в процессе создания и развития национальных брендов способны существенно стабилизировать экономическую, политическую и социокультурную сферы жизни.

Бренд как своеобразная устойчивая "отличительная черта" формирует имидж и экономическую конкурентоспособность государства и его культуры. Однако если помимо коммерческого аспекта бренд претендует еще и на *национальный* ("этнический" и культурный) статус, то он уже способен существенно повлиять на культурную идентичность социума и его патриотизм. Укрепление культурных брендов и их здоровая конкуренция рассматриваются сейчас признаком растущего культурного потребления, где ключевыми ресурсами выступают интеллект, способность к творчеству и коммуникации, – так называемые, *горизонтальные связи* [1].

Сегодня одним из узнаваемых "этнических" брендов Казахстана является войлок со всем разнообразием его практического творческого применения. В настоящей статье мы сосредоточимся только на одной из многочисленных граней войлока как художественного материала – современные украшения и аксессуары, что уже является бесспорным модным трендом, набирающим популярность с каждым днем.

Технология изготовления войлока и его использование в быту для казахов-кочевников – выраженный национальный бренд,

уходящий корнями в эпоху бронзы. В первой половине XX века насильственная коллективизация полностью изменила привычный образ жизни степняков и превратила войлок из сугубо практической жизненно необходимой материи в преимущественно художественный материал. В целом реальная бытовая востребованность в нем отпала, остались лишь определенные декоративные функции с нагрузкой "национального колорита".

Еще несколько лет назад в Казахстане войлок серьезно не рассматривался большинством дизайнеров. Безусловно, никто не сомневался в его уникальных экологических свойствах и культурной важности, но потребительского интереса на аксессуары из войлока не было, и отечественная модная индустрия никак не способствовала его продвижению.

При этом войлок как "этнический" материал никогда полностью не исчезал из жизни казахстанцев, но замкнулся в орбите традиционного ковроделия, которое, в свою очередь, имело сугубо прикладной характер. В течение последней четверти века (период Независимости) отдельные дизайнеры использовали его в создании модных коллекций одежды, украшая им пальто, палантины, шарфы, болеро, шляпы и т.п., что весьма позитивно принимается за рубежом благодаря своему выраженному "национальному" своеобразию.

В данный момент в Казахстане и всей Центральной Азии войлок является одним из самых модных художественных материалов с практически безграничными возможностями. Его податливость обусловила широчайший спектр его творческого применения – ковры, панно, одежда, обувь, игрушки, сувениры, аксессуары и украшения и т.д. Об этом свидетельствует не только системно возрастающая активность дизай-

неров одежды, контент арт-салонов и художественных галерей, но и ежемесячные национальные и международные ярмарки ремесленников (г. Алматы), объединяющие мастеров со всей Центральной Азии.

Что же так повлияло на столь выраженный интерес к войлоку? Полагаем, что тут, помимо очевидной художественной выразительности этого материала, имеют значение два важных фактора – "природность" и экологичность войлока; и его этническая самобытность. Сегодня иметь войлочные украшения и аксессуары стало действительно модно, что, на наш взгляд, способно существенно повлиять на укрепление национальной идентичности. Возможно, здесь также имеет место в целом неосознанная ностальгия, уходящая в глубины этнической и культурной памяти. Современная мода на войлочные вещи сродни интуитивной тоске по "ностальгическому дизайну", который, по мнению У. Курлинкуса, все чаще наблюдается в мире [3].

Анализ ремесленных товаров, предлагаемых жителям и гостям Алматы на ежемесячных ремесленных ярмарках¹, организуемых ОФ "Алматинская палата ремесел" часто в тандеме с Союзом ремесленников Казахстана, показывает, что войлочные украшения (бусы, браслеты, броши и т. п.) и ак-

сесуары (сумочки, шляпки, шарфы и палантины, митенки, сувениры и др.) с каждым годом становятся все более популярными. Необходимо подчеркнуть, что особый интерес выказывает именно молодежная аудитория (с 15 до 30...35 лет).

Опрос мастеров, специализирующихся на художественной обработке войлока², демонстрирует, что, помимо привычных панно, небольших войлочных ковров и одежды, им выгоднее создавать именно украшения и аксессуары. Так как покупательский интерес стабильно растет, увеличивается и конкуренция, что побуждает мастериц прикладывать больше творческих усилий и постоянно улучшать качество продукции.

Айжан Беккулова – председатель Союза ремесленников Казахстана и известная мастерица по войлоку, отмечает, что сейчас традиционное войлоковальние прекрасно уживается с различными инновациями типа нуно-войлока. Последний отличается огромным креативным потенциалом и особенно любим, как мастерами, так и покупателями. Сегодня специфическая пластичность войлока привлекает к нему внимание не только ремесленников, но скульпторов и художников актуального направления в искусстве [3].

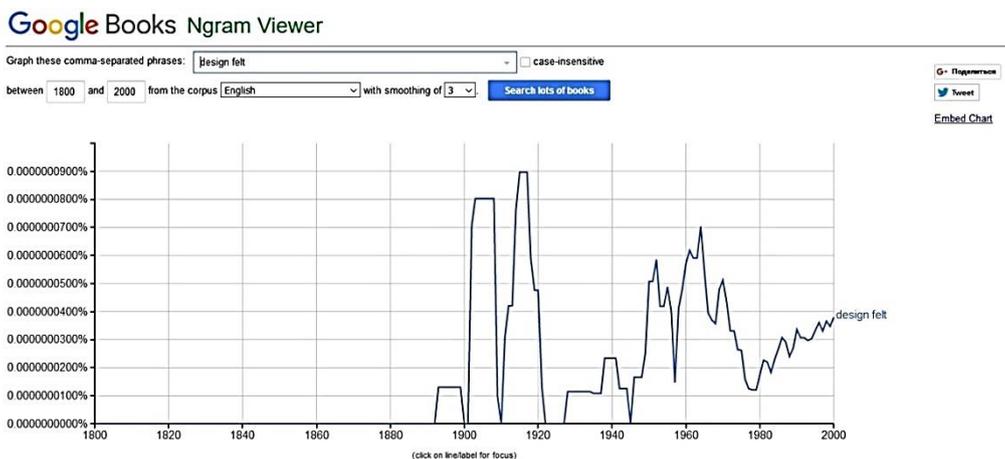


Рис. 1

¹ Мониторинг начал осуществляться с 2013 г. в рамках внутривузовского грантного научного проекта «Арт-воспитание» как фактор повышения художественной образованности студенческой молодежи», продолжился с 2015-2017 гг. в формате фундаментального научно-исследовательского проекта МОН

РК «Традиционные анималистические образы и мотивы в искусстве и культуре кочевников-казахов (древность, средневековье и новое время) (№ госрегистрации: 0115РК02752).

² В ходе исследований было детально интервьюировано 8 мастеров из Алматы и Алматинской области.

Согласно объективному культуроэкономическому анализу, осуществленному с помощью ресурса "Google Ngram Viewer", с 80-х годов прошлого века наблюдается устойчивый рост интереса к "войлочному" дизайну (рис. 1 – частота упоминания о дизайне войлока в цифровом мировом печатном архиве).

Означенная мировая тенденция в конце 90-х - начале нулевых годов обусловила реализацию UNESCO, WWF/USAID и некоторыми европейскими фондами социального развития ряда гуманитарных проектов в Казахстане и Кыргызстане, нацеленных на успешную социализацию женщин и девушек через развитие традиционных женских ремесел (особенно войлокования). Помимо многих социальных аспектов этих программ одним из наиболее важных результатов стало существенное повышение художественного уровня мастериц. Одним из наиболее ярких, на наш взгляд, примеров конкурентоспособности современного войлочного дизайна в центральноазиатском регионе стал опыт "Арт-группы Тумар" (Кыргызстан) [4]. Начиная с 1998 года "Тумар" целенаправленно возрождает и продвигает материальную культуру кыргызов на основе традиционных ремесленных техник, где старт был задан именно войлоком, а теперь творческая орбита "Тумара" дополнена керамикой, художественной выделкой текстиля, кожи и дерева.

Согласно анализу ассортимента войлочной декоративной продукции, предлагаемой на ремесленных ярмарках и пользующейся устойчивым спросом (по мнению мастеров), из украшений лидируют браслеты, бусы/ожерелья и броши; из аксессуаров больше всего предпочитают шарфы и палантины, хотя последние два года модницы с удовольствием покупают клатчи (в том числе и вечерние), сумки-шопперы и сумки-планшеты. Последние стали востребованы также у мужчин, следящих за модными трендами. Важным становится не только материал – войлок, но органичные "этнические" цветовые сочетания и орнаменты.

Особо стоит выделить достаточно новую категорию войлочных изделий, все

больше завоевывающую ремесленный рынок, – игрушки и сувениры. Растет популярность детских игрушек от погремушек до традиционных мягких (животные-птицы), кукольных пальчиковых театров, елочных игрушек и даже кукольной мебели и посуды из войлока.

Позитивным фактором видится нам изменение отношения мастеров и покупателей к дизайну изделий и его символическому наполнению. Так, еще несколько лет назад был важен только сам войлок, на его расцветку и смысл (если он вообще был) декора мало обращали внимание. А на вопросы клиентов мастерам о символике того или иного паттерна далеко не всегда был объективный ответ. Сегодня эта ситуация медленно, но изменяется: многие мастера изучают археологический и этнографический материал (петроглифы, керамику, старинные ковры, орнаменты), чтобы ввести его реминисценции в свои работы, рассказать об этом покупателям, указав, что-то какой-то орнамент или изображение – "наш", найден на территории нашей страны, воплощает нашу культуру и т.д. Целесообразно отметить, что особое значение имеет сегодня зооморфная символика, как наиболее характерная для ментальности кочевников Центральной Азии. Это явно или опосредованно устойчиво проявляется в Казахстане в самых разных проявлениях дизайна [5].

Полагаем, что здесь стандартный процесс купли-продажи тоже меняется, дополняясь еще своеобразной "образовательной" нагрузкой. Покупатель понимает, что покупает, рекламирует покупку друзьям и знакомым и уже сознательно гордится своей культурой.

Таким образом, можно сформулировать следующие выводы:

– войлок является сегодня в Казахстане и шире – Центральной Азии модным художественным материалом не только благодаря своей экологичности и практичности, но и как способ регенерации этнической и культурной памяти;

– физические и символические свойства войлока расширяют его роль в художественном процессе, так как все чаще другие виды искусства, кроме традиционного ре-

месленничества, – живопись, скульптура и дизайн открывают для себя его удивительное пластическое многообразие и красоту;

– растущая мода на дизайнерский войлок обусловила серьезную конкуренцию, побуждая мастеров повышать качество продукции, ее функционал, эстетику и символично-семантическую нагрузку декора.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Хазбулатов А.Р., Султанова М.Э.* Анималистические образы в современном казахстанском дизайне: грани и смыслы // В кн. Анималистическая вселенная казахской культуры в диаграмме эпох. – Астана: КазНИИК, 2017. С. 538...551.

2. *Kurlinkus William C.* Nostalgic Design: Rhetoric, Memory and Democratizing Technology. – Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press, 2018. P. 4...5.

3. *Thompson C.* Felt: Fluxus, Joseph Beuys, and the Dalai Lama. – University of Minnesota Press, 2011. P.201...202.

4. Арт-группа Тумар. www.tumar-art.com

5. *Татаева А.Е., Султанова М.Э., Шайгозова Ж.Н.* Анималистический код в современном ди-

зайне: казахстанский контекст // Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2018, № 6. С.252...257.

REFERENCES

1. *Khazbulatov A.R., Sultanova M.E.* Animalisticheskie obrazy v sovremennom kazakhstanskom dizayne: grani i smysly // V kn. Animalisticheskaya vseennaya kazakhskoy kul'tury v diagramme epoch. – Astana: KazNIK, 2017. S. 538...551.

2. *Kurlinkus William C.* Nostalgic Design: Rhetoric, Memory and Democratizing Technology. – Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press, 2018. P. 4...5.

3. *Thompson C.* Felt: Fluxus, Joseph Beuys, and the Dalai Lama. – University of Minnesota Press, 2011. P.201...202.

4. Art-gruppa Tumar. www.tumar-art.com

5. *Tataeva A.E., Sultanova M.E., Shaygozova Zh.N.* Animalisticheskiy kod v sovremennom dizayne: kazakhstanskiy kontekst // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. – 2018, № 6. S.252...257.

Рекомендована кафедрой художественного образования. Поступила 07.04.21.