



УДК 7.067:687.16

КОСТЮМ ЯК ЕКСПОНАТ НА ВИСТАВЦІ: ДУМКИ РЕСПОНДЕНТІВ ЩОДО ЙОГО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

АРТЕМЕНКО Марія, ПОЛЄТАЄВА Ганна
Херсонський національний технічний університет, Херсон, Україна
marikomash@gmail.com

В роботі розглянуто костюм як експонат на виставці в контексті розширення культурно-мистецьких заходів в регіональному туризмі. Наведено результати аналізу відповідей респондентів на ряд питань щодо пріоритетів та вподобань цільової аудиторії до різновидів костюма, що представляють інтерес для перегляду, підходів до презентації їх, а також специфіки організації виставкового простору, яким віддають перевагу в регіоні.

Ключові слова: виставка костюма, музеї моди, рекреаційно-туристичні заходи, туризм, атракція

ВСТУП

Сьогодні людство в умовах пандемії наочно усвідомило наскільки велику роль відграє в нашому житті можливість пересуватися світом, відкривати для себе нові культурні горизонти. Рекреаційно-туристична галузь стала важливою для особистого становлення, розвитку, відпочинку та відновлення мільйонів людей, які тепер з нетерпінням чекають налагодження ситуації та відкриття кордонів. Також обставини, що склалися в країнах через карантинні обмеження, призводять до зростання потоків внутрішнього туризму. І тому розширення видів культурно-мистецьких заходів в регіональному туризмі є питанням вкрай актуальним, оскільки може задовольнити потребу відпочиваючих та місцевих мандрівників в нових враженнях.

Костюм володіє значним атракційним потенціалом для рекреаційно-туристичної сфери, про що вже не раз згадувалось в ряді наукових публікацій автора та інших дослідників. Зокрема, як експонат на виставці, він може створити навколо себе привід для створення нових культурно-мистецьких подій і в світі достатньо прикладів такого досвіду з позитивним результатом. Однак в Україні виставкова діяльність щодо експонування костюма є недостатньо розвинута, відповідно перспективи роботи в цьому напрямку відкриті.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

В контексті вище зазначеного завданням цього дослідження стала оцінка перспектив та особливостей презентації костюма як експонату у виставковій діяльності рекреаційно-туристичної сфери в регіонах шляхом аналізу відповідей респондентів на ряд поставлених питань.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Виставки та музеї костюма як рекреаційно-туристичні заходи/заклади починають розвиватися на початку ХХ столітті [1]. А до кінця ХХ – початку ХХІ століття спеціалізовані музеї моди з'явилися вже в багатьох туристично привабливих місцях. М.Т. Мельник зазначає [2], що такі музеї додатково залучають в ці міста туристів, які цікавляться дизайном одягу та подорожуючих з культурно-просвітницькою метою. Це твердження додатково підкріплює гіпотезу про можливість залучення широкої аудиторії до відвідування певного міста через інтерес до костюма та його атракційні властивості.

За час становлення костюму як музейного та виставкового експонату змінилися підходи в його демонстрації та презентації відповідно до тенденцій культурного розвитку суспільства [2]. Для визначення пріоритетів та вподобань цільової аудиторії щодо різновидів костюма, що представляють інтерес для перегляду, підходів до презентації їх, а також специфіки організації виставкового простору, яким віддають перевагу в регіоні було проведено опитування. В опитуванні прийняло участь 50 осіб різної статі віком від 18 до 45+ років, що мешкають в м. Херсоні та області. Цей регіон активно позиціонують як туристичний із значним напливом відпочиваючих з різних куточків України в літній період, тому збільшення пропозиції нових культурно-мистецьких заходів є необхідними.

87,8% опитаних респондентів вважають, що поява простору для експонування костюма збагатить культурну карту міста. Більшість з них 44,9% – відвідують виставки раз на рік, 32,7 % – раз на півроку і частіше, та для 22,4% такий від дозвілля не представляє інтересу. Для місцевих жителів основними мотивуючими факторами для відвідування виставки є цікава тема – 38,7 %, компанія друзів – 26,7% та особисте запрошення від організаторів 21,3%, а ось пряма реклама та акції не дуже заохочують місцевих жителів, що відображає особливості менталітету невеликого міста.

В зв'язку з тим, що модні заходи та покази в регіоні проходять нечасто опитаних респондентів зацікавить в якості експонату навіть повсякденний сучасний костюм, також люди хотіли би бачити на виставці авангардний або дизайнерський одяг (22,7%), історичний костюм (17,3%), одяг видатних особистостей, зірок естради, кіно, телебачення (12%), у меншій мірі театральний та національний костюми (по 6,7%). Задовольнити інтерес місцевої цільової аудиторії в презентації та експонуванні сучасного повсякденного та дизайнерського концептуального одягу регіон може своїми силами, оскільки в Херсоні вже протягом 10 років здійснюють підготовку дизайнерів одягу на базі Херсонського національного технічного університету.

З приводу особливостей підходів до презентації костюма на виставці думки опитаних розділилися наступним чином: поєднання різних способів демонстрації костюма в одному просторі – 40,8%, виставка-показ на моделях – 40,8%, з класичною демонстрацією на манекенах – 10,2%, з нетрадиційним розміщенням експонатів – 4,1%, виставка-перформанс – 4,1%. Тобто, можна сказати, що аудиторія відкрита до експериментів в презентації костюма як експонату, але експериментальні прийоми необхідно вводити дозовано в поєднанні зі звичними підходами. Високий відсоток відповідей в бік



демонстрації костюма на моделях в рамках показу свідчить про потребу регіону в видовищних програмах та святах, проте для постійно діючої експозиції костюма такі заходи доцільно організовувати на відкритті або з певною періодичністю для створення додаткового резонансу в культурному житті регіону. Також сучасному споживачу до вподоби організація багатофункціональних виставкових просторів, де одночасно з виставкою поєднуються зони для показу, лекторіїв, майстер-класів, шоу-рому, відпочинку, харчування та фотозони.

В цілому мода як вид мистецтва взагалі не цікавить лише 12,2% респондентів, решта в більшій або меншій мірі слідкують за модними подіями і можуть бути потенційними відвідувачами виставок костюма.

ВИСНОВКИ

Таким чином, аналіз відповідей респондентів підтверджує, що костюм як експонат має перспективи бути залученим в створенні нових культурно-мистецьких заходів в рекреаційно-туристичній сфері регіонів, зокрема в Херсонському. Аудиторія мешканців в достатній мірі цікавиться модою та відкрита до експериментів в підходах до демонстрації костюма, вважає за доцільне створення багатофункціональних виставкових просторів та засвідчує, що такі проекти збагатять культурну карту міста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Демиденко Ю. Б. Костюм в музее. *Теория моды: одежда, тело, культура*. М., 2009. № 11. С. 179–188.
2. Мельник М. Т. Музеи моды: специфика и туристический потенциал. *Международная научно-практическая конференция посвященная 75-летию факультета информационно-документных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств* (Минск, 24–26 сентября 2019 г.), 2019, Минск: БГУКИ, Т.2, С41–44
3. Артеменко М.П. Особливості становлення костюма як експонату в музейній та виставковій діяльності для рекреаційно-туристичної сфери. *Екологія мистецтва: дискурс ракурсів: VI Міжнародна науково-практична конференція* (9–11 вересня 2020). Херсон: ХНТУ. С.69–71.

ARTEMENKO M., POLIETAIEVA H.

COSTUME AS AN EXHIBIT: RESPONDENTS ' OPINIONS ON ITS PRESENTATION

Abstract: *The paper considers the costume as an exhibit at the exhibition in the context of expanding cultural and artistic events in regional tourism. The results of the analysis of respondents' answers to a number of questions about the priorities and preferences of the target audience to the types of costumes of interest for viewing, approaches to their presentation, as well as the specifics of organizing exhibition space, which are preferred in the region.*

Key words: *costume exhibition, fashion museums, recreational and tourist events, tourism, attraction*