

Мирослав Мельник
Київська державна академія
декоративно-прикладного мистецтва та дизайну
імені Михайла Бойчука
5445941@ukr.net

СОЦ-АРТ У МОДІ 1920–2020-х РОКІВ: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ СПРИЙНЯТТЯ

Соц-арт – художній напрям, засновники якого іронізували над цінностями та символами СРСР. Після розпаду радянської імперії він не втратив актуальності в моді. Кожне покоління дизайнерів по-різному використовувало естетику соц-арту – від прославлення радянської величі до висміювання її фальшивості. В 2010–2020-х роках соц-арт у фешн-колекціях сприймався як натяк на актуальні соціокультурні проблеми й одночасно як ностальгія за радянським минулим. Вивчення конотацій соц-арту є частиною осмислення «небажаного минулого» та вибору найбільш актуального майбутнього української культури.

Ключові слова: соц-арт, агіттекстиль, радянська мода, пострадянський стиль, символіка СРСР

Оскільки соц-арт будувався на іронії над цінностями і символами СРСР, було б логічно, якби після розпаду імперії цей художній напрям втратив свою актуальність. Але після 1991 року ідеї та естетика соц-арту кілька разів входили в моду: в художніх музеях, на подіумах і в засобах масової інформації з'являлися фешн-світлини, костюми та цілі фешн-колекції в цій стилістиці. Нові покоління дизайнерів і реципієнтів їхньої творчості по-новому сприймали та використовували знаки і символи СРСР. З 1920-х по 1980-ті рр. ці символи були нав'язаною партією ідеологічною зброєю, інструментом соціального та естетичного тиску, призначеним для подальшого зміцнення радянської системи. Ставлення мас до червоних зірок, серпів з молотами та профілів вождів змінювалося залежно

від політичної ситуації та економічних успіхів радянської влади, і цілком закономірно, що з кінця 1980-х рр. ці символи перетворилися на кітчеві знаки висміювання застарілого ідеологічного міфу, іронії над помилковою реальністю, історією та культурою брехні. Як соц-арт став модним і чому не втратив актуальності після розпаду СРСР – актуальні питання, висвітленню яких присвячена ця розвідка.

Попри те, що виникнення поняття «соц-арт» датують 1972 р., коли художники В. Комар і А. Меламід придумали назву нової мистецької течії,¹ в моделюванні костюма цей напрям мимовільно виник раніше. В другій половині 1920-х – на початку 1930-х рр. радянські текстильні підприємства почали випускати агітаційний текстиль, прикрашаючи полотна орнаментами з колосся, серпів з молотами, п'ятикутних зірок, гайок та шестерень, тракторів і комбайнів, літаків і теплоходів, червоноармійців і трудівників та навіть фабрик і заводів². Завданням текстильників було прославляти СРСР, відображаючи суспільно значущі процеси: зміцнення й поширення ідеології комунізму, індустріалізацію, електрифікацію, колективізацію тощо. З таких тканин виготовлялися текстильні агітаційні плакати і транспаранти, сувенірні хусточки, а також одяг для «нової радянської людини». Але коли радянська жінка одягала сукню з гаслами чи тракторами, вона справляла враження не прославляння, а висміювання радянської влади. Одяг з агіттекстилю практично не зберігся. Можливі дві причини: агітаційні речі не мали попиту і тиражувати їх не було сенсу, але, що ймовірніше, після того, як агітаційні експерименти текстильників потрапили під критику, влада заборонила, а подекуди й наказала знищити «здобутки»³. Показово, що тканина використовувалася в агітаційних цілях не тільки в СРСР, а й у Великобританії, США та Японії: наприклад, збереглися кімоно часів Другої світової війни, декоровані літаками й шеренгами вояків (такі кімоно мали спеціальну назву – *omoshigogara*)⁴.

Уже в перших розробках агіттекстилю втілюлися ознаки соц-арту: плакатна естетика яскравих кольорів, «вплітання» в орнаменти символів СРСР, цифр, абrevіатур, слів, гасел і цитат. Але якщо в 1930-х рр. – за «часів молодості» СРСР – плакатність була щирою, наївною, то в 1970-х митці підходять до цієї естетики з іронією. Наприклад, у станковій живописній роботі В. Комара та А. Меламіда «Ідеальне гасло» (1972) на багрянотому фоні зображено білі «пусті віконця» для букв, у кінці яких – знак оклику. Подібно до «білих полотен» Р. Раушенберга чи «музичної» композиції Д. Кейджа «4'33» (1952) «Ідеальне гасло» естетизувало пустоту, В. Комар і А. Меламід ніби висміювали відсутність сенсу в розтиражованих

¹ Виктор Власов, Наталия Лукина, Авангард. Модернизм. Постмодернизм (Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2005), 234.

² Зеновія Тканко, *Мода в Україні XX століття* (Львів: АРТОС, 2015), 30.

³ Александр Васильев, *Русская мода. 150 лет в фотографиях* (Москва: СЛОВО/SLOVO, 2004), 234.

⁴ Hiroshi Kashiwagi, «Design and War: Kimono as 'Parlor Performance' Propaganda». In *Wearing Propaganda: Textiles on the Home Front in Japan, Britain, and the United States, 1931–1945*, ed. Jacqueline Atkins (Yale University Press, 2005), 171–81.

радянських гаслах, які оточували людей настільки щільно, що їх не читали, сприймаючи як фон.

У середині 1970-х рр., коли в Москві була знищена сумнозвісна «бульдозерна виставка» (йдеться про самовільну вуличну виставку неофіційного мистецтва 1974 року, яку влада розігнала за допомогою бульдозерів)⁵, а засновники соц-арту емігрували з СРСР, у Великобританії В. Вествуд разом з М. МакЛареном у 1976–1977 рр. створили «бунтівну» колекцію «Only anachists are pretty» (лише анархісти красиві), в яку входили сорочки у вигляді смугастої тюремної роби, декоровані імітацією плям від іржі, розводів крові, а також портретами Карла Маркса та написами «chaos» (хаос) і «try subversion it's fun» (спробуйте підривну діяльність – це кумедно)⁶. Ці панківські моделі цілком у дусі соц-арту подавали портрети комуністичного вождя серед підривних гасел, оформлених у плакатній стилістиці.

Гасла і символи комуністичної партії модельєри почали активно використовувати в період перебудови (1985–1991) та розпаду СРСР, коли вже «ідеали комунізму» серед суспільної більшості пострадянських країн набули негативних конотацій. Гротескно-карикатурна подача червоних зірок, гербів та агітаційних гасел засобами художнього моделювання костюма занижувала традиційну патетику цих знаків і створювала парадоксальні інверсії їхніх смислів, відображаючи тодішні прагнення суспільства звільнитися від пресингу тоталітарної ідеології.

Попри те, що ідеологія тиснула на людей всередині країни, світовий тренд на радянську атрибутику у фешн-світлинах і колекціях задали французькі кутюр'є. В 1986 році Террі Мюглер опублікував у журналі *L'Officiel*⁷ фотосесію модних образів, відзнятих серед монументальних радянських пам'яток: маленькі фігури серед гігантських червоних зірок та металевих статуй підкреслювали превалювання ідеологічного над людським. Жан-Поль Готьє на сезон осінь–зима 1986/1987 показав «Російську конструктивістську колекцію», зосередившись на плакатній естетиці раннього СРСР. Готьє в жартівливій постмодерній манері замінив пропагандистські гасла на написи власного імені кирилицею, а власні фотопортрети з гумором стилізував під колажі радянського конструктивіста 1920-х рр. Олександра Родченка⁸.

У 1987 році соц-арт став модним трендом і в Радянському Союзі. Однією з перших костюмованих соц-арт показала естонська дизайнерка Сайма Прікс, яка

⁵ Аліса Ложкіна. Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – початку ХХІ ст. (К.: ArtHuss, 2019), 248.

⁶ *Exposition euro-punk: une révolution artistique en europe [1976–1980] du 15 octobre 2013 au 19 janvier 2014* (Musée de la Musique dossier de Presse Imprimeur Deschamps Arts Graphiques), 3.

⁷ Ирина Гегманова, «L'Officiel №728 – Thierry Mugler в СССР (1986 год)», Живой журнал, 7 декабря, 2012, https://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide/citation-guide-1.html

⁸ Doris Domszalai-Lantner, «Fashioning a Soviet Narrative: Jean Paul Gaultier's Russian Constructivist Collection, 1986», *Engaging with Fashion: perspectives on communication, education and business* (Boston: Brill, 2018), 193–204.

в 1987 році, використовуючи радянські гасла, створила колекцію одягу «Перестройка и гласность»⁹.

Того ж 1987 року російський фотограф Сергій Борисов створив серію фотографій, на яких моделі були одягнені в сукні з радянського прапора чи з газет «Комсомольская правда». Пізніші роботи фотохудожника ще жорсткіше висміювали радянську символіку: наприклад, «СССР» (1989) зображала дівчину з зачіскою «серп і молот» (викладеною з відповідно начесаного і залакованого волосся моделі) зі справжнім серпом на шиї¹⁰.

Угорський фешн-перформер Тамаш Кірай у 1987 році створив сукню – червону зірку, яка «випромінює» тіло носія. В 1989 році Кірай сфотографував модель у капелюсі з сірників – легкозаймистій копії купола будівлі угорського парламенту з комуністичною червоною зіркою на верхівці¹¹. У своїх подальших перформансах і дизайнерських роботах Кірай грайливо висміював символіку комуністичного режиму.

Одеські художники Ірина Дратва та Володимир Уманенко в 1988 році створили мініколекцію «Архітектурні етюди», натхнену монументами радянських вождів. Уманенко продовжив творити в стилістиці соц-арту, і його модель «Перехідний червоний прапор» (1989) – халат, зроблений з офіційного радянського стяга¹², а також його колекція «SovoCouture» (1992) з комбінезонами у формі зірки, які можна було використовувати і як «настінну сукню», і «зняти зі стіни та вдягти на авангардний модний показ або шоу-спектакль»¹³ – найяскравіші, найбільш виразні приклади українського соц-арту в художньому моделюванні костюма.

Оскільки наприкінці 1980-х рр. були прийняті закони «Про індивідуальну трудову діяльність» (1986) та «Про кооперацію в СРСР» (1987)¹⁴, які давали право займатися підприємництвом, то соц-артівські ідеї швидко тиражувалися й поширювалися в масовій моді у вигляді значків і футболок з написами та зображеннями, що іронізували над СРСР. На хвилі перебудовного розвінчання догм і культури соц-арт сприймався як бажання змінити країну на краще, звільнивши її від всюдисущої помилкової ідеології та її гнітючих символів. Осквернення всього радянського було знаком звільнення, демонстрацією довгоочікуваної свободи.

⁹ Elnara Taidre, «In search of our own uniqueness», Arterritory, 20 May, 2019, https://www.artterritory.com/en/architecture_design-fashion/interviews/24119-in_search_of_our_own_uniqueness/

¹⁰ «Дух времени, идеологическое нью и символ перестройки в фотографиях Сергея Борисова», Cameralabs, <https://cameralabs.org/11996-duk-vremeni-ideologicheskoe-nyu-i-simvol-perestrojki-v-fotografiyakh-sergeya-borisova>

¹¹ Doris Domszalai-Lantner, Petra Egri, «Tamás Király: Hungary's king of fashion», Vestoj, <https://www.vestoj.com/tamas-kiraly-hungarys-king-of-fashion/>

¹² Зоя Звняцьківська, *In progress. Fashion of Ukraine since 1991* (ArtHuss, 2019), 46–47.

¹³ Там само, 48.

¹⁴ Дозволили працювати «на себе»: як з'явилися перші підприємці, *Gazeta.ua*, 19 листопада, 2018. https://gazeta.ua/articles/economics/_dozvolili-pracyuvati-na-sebe-yak-zyavilis-pershhipidpriyemci/870262

З розпадом СРСР і проголошенням незалежності його колишніми республіками все радянське отримало негативні конотації, а все антирадянське втрачало актуальність і виходило з моди.

Оскільки на Заході Росія продовжувала асоціюватися з СРСР, естетика якого сприймалася як основа російського стилю, то все, з художньої точки зору, «радянське», «пострадянське» і «псевдорадянське» мало попит у туристів і масово поширювалося як кітчєва сувенірна продукція. Першим дизайнером, який знову актуалізував соц-арт і домігся міжнародного успіху, став росіянин Денис Симачов, який розпочав кар'єру фешн-дизайнера в 1999 році. Симачов декорував свої творіння зображеннями народних орнаментів та матрьошок вперемішку з радянськими гербами, грошима, плакатами, цитатами, олімпійськими ведмедиками та персонажами культових радянських мультфільмів. Він змішував колишнє радянське і сучасне російське, висміював символи та стереотипи і завдяки іронії робив усе це звеселяючим. Така кітчєва творчість знайшла відгук у російських і зарубіжних масових споживачів, а роботи Симачова активно підроблялися і тиражувалися навіть після того, як дизайнер припинив випускати сезонні фешн-колекції¹⁵.

Якщо для російських митців з плином часу соц-арт став своєрідним історизмом, екзотичним і привабливим на глобальному ринку, то творці з інших країн колишнього так званого «соцтабору» переважно намагалися позбутися естетики, що відсилала до радянського минулого – «небажаного спадку». Грузія, Угорщина, Латвія, Литва та Україна заборонили радянські символи, запустивши процеси декомунізації, демонтажу пам'яток і перейменування міст, сіл, вулиць, громадських місць та інших об'єктів, які мали «радянські» назви.

Поодинокі прояви соц-арту в українській моді 2000-х рр. усе-таки траплялися. Так, восени 2002 року дизайнер з Донецька Віктор Анісімов випустив колекцію «Фан-клуб», моделі якої оздобив емблемами спортивних команд і державними символами СРСР¹⁶. На весну–літо 2007 Анжела Ангел запропонувала колекцію «Время, вперед!», стилізовану під комуністичні 1930-ті рр. Вона використала типові для того часу тканини (байку, штапель, набивні ситці) й зробила акцент на контрастних червоних галстуках, комірцях та поясах¹⁷. Але ні Анісімов, ні Ангел тенденцій у тодішній українській моді не задавали, і їхні ностальгічні фантазії загальної уваги не привернули.

У 2010-ті рр. суспільні настрої в пострадянських країнах змінилися, і на тлі розчарувань від нестабільності та економічних проблем ностальгія за СРСР подекуди посилилася. На цій хвилі соц-арт зазнав цікавої трансформації: якщо

¹⁵ Denissimachev, доступно 5 листопада, 2021, <https://web.archive.org/web/20120414214553/http://www.denissimachev.com/>

¹⁶ Віктор Анісімов, Колекція «Фан-клуб» (осень 2002), Бутик, доступно 5 листопада, 2021, https://butik.com.ua/mir_modi/anisimov.htm

¹⁷ Клименко Валентина. 2006. «Ірокези зі шприців, пуанти по-донецьки і сваровські в авосьці», Україна молода, 14.10.2006.

в період «перебудови» це був глузливо-цинічний, деконструктивістський щодо радянської естетики прийом, то з часом його сприйняття в різних країнах колишньої СРСР значною мірою відрізнялося. В Росії соц-арт став своєрідним «художнім поверненням» радянської візуальної культури, сентиментальним оспівуванням «кращого минулого», що було співзвучно з поверненням на посаду президента путіна та пропагандою ідеї відновлення «великої країни». В Україні прагнення повернутися в СРСР просували проросійські політики, і додатково ця романтизована меланхолія десятиліттями стимулювалася «м'якою» російською пропагандою з її численними ретрансляціями «культурних радянських фільмів», концертів у стилі «голубой огонек», рекламою продуктів «з дитинства», телевізійними серіалами про колишніх радянських героїв тощо. Старше покоління ностальгувало за «часами молодості», молодь романтично сприймала культуру, негативних сторін якої на собі не відчула, – все це дозволяло час від часу «оживляти» та «омолоджувати» радянське.

У 2010-х рр. завдяки «новому погляду» на естетику соц-арту Гоша Рубчинський, Демна Гвасалія, Юлія Єфімчук та інші дизайнери з пострадянського простору отримали світове визнання. Своїми роботами вони актуалізували її в сучасному спортивному стилі, даючи споживачам можливість не лише ностальгувати за «кращим минулим», а й демонструвати власну «пост-радянську» ідентифікацію в «безликому» глобальному світі.

Російський дизайнер і фотограф Гоша Рубчинський дебютував з колекцією одягу «Імперія зла» (2008)¹⁸, до якої увійшли футболки з двоголовими орлами, а також розлючені ведмеді зі зброєю та іншими символами, що вказували на агресивну міжнародну політику Росії. Це була ніби колекція «сувенірів» – кемпове кепкування з іміджу країни-завойовниці, яка лякає й одночасно приваблює представників «цивілізованого світу» своєю екзотичністю. В колекції «1984» (весна–літо 2016) Рубчинський практично відтворював соц-артівські прийоми висміювання радянських символів: манекенники виносили на головах і в руках великі муляжі червоного прапора і зірки, серпа і молота, шестерень, а одяг був декорований написами радянських гасел, поєднанням радянської і російської символіки, шарпетками в кольорах російського прапора¹⁹. Речі знову виглядали як сувеніри для туристів, і, можливо, з цієї причини вони мали більший попит та сформували тренд за кордоном. Одяг з радянськими написами і символами почав з'являтися в модних журналах і блогах вуличного стилю.

2018 року Гоша Рубчинський зробив спільні колекції з художниками «першої хвилі» соц-арту: цитати з картин Тимура Новікова та Еріка Булатова прикрасили спортивні майки, футболки, світшоти й кепки. Дизайнера підтримали

¹⁸ «Go East: що Гоша Рубчинський зробив для сучасної моди». *Vogue.ua*, 04 квітня, 2018. <https://vogue.ua/ua/article/fashion/brend/chto-goshi-rubchinskiye-sdelal-dlya-sovremennoy-mody.html>

¹⁹ Leitch, Luke. 2015. «Gosha Rubchinskiy Spring 2016 Menswear». *Vogue*, June 25 <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/gosha-rubchinskiy>

великі міжнародні бренди: Adidas, Berberry, Comme des Garçons. Фешн-медіа писали про міжнародний комерційний успіх молодого дизайнера, який привернув увагу світу моди до Росії і всього пострадянського простору²⁰. Повторити історію успіху Гоші Рубчинського хотіли й молоді українські дизайнери.

Українська дизайнерка Юлія Єфімчук працює в стилістиці радянського конструктивізму з 2011 року, коли її колекція вийшла у фінал конкурсу молодих дизайнерів одягу «Погляд у майбутнє»²¹. На сайті «yuliayefimtchuk.com» чітко сформульований такий опис бренду: «YULIA YEFIMTCHUK+ є незалежним, нетрадиційним модним брендом концептуального жіночого одягу та одягу унісекс із строгим кроєм, мінімалістичними елементами уніформи та спецодягу. Бренд черпає натхнення в ностальгії за радянським союзом 1920–1980-х років, використовує кирилицю як інтерпретацію радянських плакатів і гасел»²². Такий підхід до моди виявився комерційно успішним: 2014 року Єфімчук була відзначена торговою платформою Opening Ceremony на Міжнародному фестивалі моди і фотографії в Ієрі (Festival International de Mode et de Photographie à Hyères). У 2015 році дизайнерка увійшла в шорт-лист престижного міжнародного конкурсу Woolmark Prize та заснувала власну марку «Yulia Yefimtchuk+»²³.

Соц-арт у колекціях Єфімчук втілюється переважанням чистих форм та однозначних кольорів (білий, чорний, насичений червоний), написів, що нагадують радянські плакати, символів СРСР. Радянську символіку Юлія передає з соц-артівською іронією: на принті герба зображення глобуса під серпом і молотом замінено вписаними в кола зображеннями «+» і написом «YULIA YEFIMTCHUK» (колекція весна–літо 2021).²⁴ Були у творчості Єфімчук і відсилання до роботи представника соц-арту Дмитра Врубеля «Господи, помоги мне выжить среди этой смертной любви» (1991). Зображення поцілунку Хонеккера і німецькою розмістила на подолах, рукавах і вертикальних смугах. Окремо Єфімчук виділила слова «выжить» і «überleben», які розмістила на одязі у вигляді нашивок та наручних пов'язок, додаючи драматизму соц-артівській насмішці над поцілунком генсеків (колекція осінь–зима 2015/2016)²⁵.

«Гра словами» – один з найпоширеніших художніх прийомів у колекціях Єфімчук. Так, незважаючи на політику декомунізації в Україні, у своїй колекції весна–літо 2017 дизайнерка виділила білими буквами на червоній стрічці

²⁰ «Go East».

²¹ «Юлия Ефимчук. Финал 12-го Всеукраинского конкурса молодых дизайнеров “Сезоны моды – взгляд в будущее”». *ArtStore*, 26.09.2012. <https://artstore.com.ua/blog/yuliya-efimtchuk-final-12-go-vseukrainskogo-konkursa-molody-h-dizajnerov-sezony-mody-vzglyad-v-budushhee>

²² «About», Yulia Yefimtchuk, accessed November 10, 2021. <https://www.yuliayefimtchuk.com/about>

²³ Там само.

²⁴ “bpring summer 2021, 20 Yulia Yefimtchuk, accessed November 10, 2021, <https://www.yuliayefimtchuk.com/spring-summer-2021>

²⁵ spring-summer-20 Yulia Yefimtchuk+ fimtchukmmer-2021efimtcl/ fimtchukmMarch 11, 2015

слово «communism» і досить неоднозначно пов'язала такі стрічки на руки та шиї деяких моделей. Іронічної ностальгії за СРСР Єфімчук додала і «горезвісними» шкільними фартухами, одягнувши їх поверх сучасних толстовок замість коричневої вовняної уніформи радянських школярів²⁶.

Радянська шкільна форма відкривала колекцію «Vetements, осінь–зима 2016» Демни Гвасалії, батьки якого емігрували з радянської Грузії в 1990-х рр. 2016 року Гвасалія випустив об'ємне червоне худі з серпом і молотом на рукаві. Іронія була в тому, що цей товар масового виробництва обмежили тиражем 50 штук і продавали за ціною 700 доларів. Незважаючи на ексклюзивність, худі виглядало як застарілий «комуністичний» сувенір і саме так сприймалося «необізнаними в моді туристами». Але модники знали про те, що *Vetements* – паризький бренд, що тираж обмежений, що таке худі одягала Кім Кардашян і що річ відповідає тренду на стилістику «люмпенів». Іронія над радянським сприймалася як прояв психологічної травми дизайнера-біженця, привертала додаткову увагу до Демни Гвасалії та до молодих дизайнерів пострадянської Грузії, які стали «відкриттям» моди 2010-х рр.²⁷

Згадані дизайнери мали глобальний успіх у 2010–2020-х роках, у міжнародних медіа їх називали «новим поколінням на новому Сході», а їхні фешн-колекції вважалися найбільш актуальним способом розповіді-нагадування про травматичне радянське минуле. Рубчинський, Єфімчук і Гвасалія запустили тренд, який підхопили Стелла Джин (колекція осінь–зима 2017/2018) та Adidas (весна–літо 2018). Цікаво, що, на відміну від попередніх дизайнерських загравань з радянською символікою, ностальгічна колекція Adidas, в якій на футболках і майках червоного кольору було зображено радянський герб та напис «USSR», спричинила міжнародний скандал і заклики до бойкоту компанії. Міністерство закордонних справ Литви в офіційному Twitter назвало це «захворюванням на «імперську ностальгію»»²⁸, а Український інститут національної пам'яті направив до представництва компанії Adidas офіційний лист про відповідальність за «поширення в Україні продукції з використанням заборонених символів комуністичного тоталітарного режиму». Під таким тиском Adidas зняв з продажу лінію одягу із символікою СРСР та видалив візуальні зображення²⁹.

За умов офіційної заборони в Україні та неоднозначного сприйняття радянської символіки у світі соц-арт як іронізування й висміювання СРСР став не лише модним, а й масштабним культурним трендом. Так, у 2017 р. у Мистецькому

²⁶ 11, 2015, mer-2021efimtchuk.com, 20211 2021k-fBuro 24/7, November 2, 2016, <https://www.buro247.ua/fashion/shows/yulia-yefimtchuk-ss17.html>

²⁷ Véronique Hyland, «What Does Kim Kardashian's Communist Sweatshirt Mean?», *The Cut*, December 27, 2016, <https://www.thecut.com/2016/12/kim-kardashian-vetements-sv-moscow-hammer-and-sickle-sweatshirt.html>

²⁸ LT MFA StratCom, 2018. «Being sick with “imperial nostalgia” – it still occurs». Twitter, may 5, 2018. https://twitter.com/LT_MFA_Stratcom/status/992707241366212608

²⁹ Інна Семенова, «Скандал з Adidas і символікою СРСР: всі подробиці», НВ, 8 травня 2018, <https://nv.ua/ukr/world/countries/skandal-z-adidas-i-simvolikou-srsr-vsi-podrobitsi-2468633.html>

Арсеналі пройшла виставка «IN PROGRESS. Дрес-код України часів Незалежності», а в 2019 р. у Музеї сучасного мистецтва Одеси – арт-проект «Перекроювання. Авангардна мода Одеси 1988–1998». 2019 рік можна назвати «піковим» для актуалізації соц-арту на пострадянському просторі: виставка «Комар і Меламід» пройшла в Московському музеї сучасного мистецтва, а «Соц-арт і мода» – в естонському Музеї сучасного мистецтва (KUMU). Всі ці виставки ніби підбили підсумок і продемонстрували, як «небажане минуле» перетворилося на джерело натхнення, а також як починаючи з 1970-х рр. митці Східної Європи переживали й трансформували пресинг комуністичної ідеології з її надмірною символікою.

Зміну ставлення до радянської символіки в 2010–2020-х рр. ілюструє цитата з книги білоруської письменниці українського походження Світлани Алексієвич: «Наприкінці дев'яностих студенти сміялися, коли я згадував про Радянський Союз, вони були впевнені, що перед ними відкривається нове майбутнє. Тепер картина інша... сьогоднішні студенти вже дізналися, відчули, що таке капіталізм – нерівність, бідність, нахабне багатство, перед очима у них життя батьків, яким нічого не дісталось від розграбованої країни. І вони радикально налаштовані. Мріють про свою революцію. Носять червоні футболки з портретами Леніна і Че Гевари».³⁰ Письменниця вводить поняття «часу second-hand», яке повною мірою ілюструється зростанням попиту на вже не вперше актуалізований соц-арт.

Таким чином, наведений матеріал показує, що в моді соц-арт як творчість на підкреслено демонстрованому «фундаменті» радянського і пострадянського став успішною стратегією позиціонування в глобальному культурному просторі 2010–2020-х рр. Для російських дизайнерів така стратегія цілком логічна і безпечна. В Україні, де радянська символіка заборонена, соц-арт – це, нехай іронічне чи критичне, проте «воскресення небажаного спадку». Навіть в умовах зацикленого на минулому «часу second-hand» актуалізація соц-арту вимагає дуже обережного ставлення з урахуванням вимог законодавства та ризику травматичного сприйняття реципієнтами.

³⁰ Светлана Алексиевич, «Время second-hand», доступно 5 листопада, 2021, <https://www.magazines.gorky.media/library/vremya-second-hand>