

УДК 7.03 (520): 746.4 „1900-1950”

Рибалко С. Б.

Харківська державна академія культури

«ПАТРІОТИЧНИЙ ДИЗАЙН»: ЯПОНСЬКИЙ КОСТЮМ ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

Рибалко С.Б. «Патріотичний дизайн»: японський костюм першої половини ХХ століття. У статті розглядається японське національне вбрання у контексті розгортання програми створення Азійської зони співпроцвітання. На підставі аналізу різних типів та елементів одягу виокремлені провідні мотиви та визначені сфери їхнього використання, розширено зміст поняття „патріотичний дизайн”. Зокрема, розглядаються такі мотиви, як «події модернізації», «Порт-Артур», «діячі революції Мейджі», «генерал Того», «військова техніка», «Три солдати», «Момотаро», «Норакуро», «Імператриця Джінгу», «Йошіцуне і Бенкей» та ін. У статті показано стилістичний зв'язок дизайну кімоно і графічного дизайну (плакат, листівка, газета, книжкова ілюстрація).

Ключові слова: японський костюм, дизайн, патріотизм, ідеологія, колонізація, Російсько-Японська війна, Друга світова війна, Азійська зона сопроцвітання, Японська імперія.

Рыбалко С.Б. «Патриотический дизайн»: японский костюм первой половины ХХ столетия. В статье рассматривается японский национальный костюм в контексте программы создания Азиатской зоны со-процветания. На основе анализа различных типов и элементов одежды выделены основные мотивы и определены сферы их использования; расширено содержание понятия «патриотический дизайн». В частности, рассматриваются такие мотивы, как «события модернизации», «Порт-Артур», «деятели революции Мэйджи», «генерал Того», «военная техника», «Три солдата», «Момотаро», «Норакуро», «Императрица Джингу», «Йошицуне и Бенкей» и др. В статье показана стиллистическая связь дизайнерских решений кимоно и графического дизайна (плакат, открытка, газета, книжная иллюстрация).

Ключевые слова: японский костюм, дизайн, патриотизм, идеология, колонизация, Русско-Японская война, Вторая мировая война, Азиатская зона сопроцветания, Японская империя.

Ribalko S. B. «Patriotic design»: Japanese suit of the first half of the 20th century. In the article is considered the Japanese national suit in the context of the Asian zone creation program with prosperity. On the basis of the analysis of various types and elements of clothes the main motives are allocated and spheres of their use are defined; the content of the concept “patriotic design” is expanded. In particular, consider the following reasons as “events modernization”, “Port

Arthur”, “Meiji revolution figures”, “general Togo», «military equipment», «Three soldiers», «Momotarō», «Norakuro», «Empress Jingu», «Yoshitsune and Benkei «and others. The article shows stylistic connection kimono design and graphic design (posters, flyers, newspaper, book illustration).

Keywords: Japanese costume, design, patriotism, ideology, colonization, Russo-Japanese War; Second World War, Asian co-prosperity zone, Empire of Japan.

Постановка проблеми. Війна — не кращі часи для такого виду мистецтва, як костюм. Необхідність економії, обмеження у матеріалах, загальна напружена атмосфера і спрямованість усього виробництва на потреби фронту — все це, звісно, не сприяє розвиткові дизайну штатського одягу. Однак, Японія і тут стала виключенням із загального правила. Більш того, розмаїття дизайнерських рішень у галузі вбрання, що візуалізували ідею підтримки армії та консолідації нації, викликало в Японії появу навіть спеціального терміну — «патріотичний дизайн».

Унікальність цього явища привертає увагу сама по собі, але інформаційна насиченість, оригінальність проявів «патріотичного дизайну» дозволяють зробити певні мистецтвознавчі спостереження, відчути дух часу, загальний настрій суспільства у 1930–40-х рр. Цими обставинами, а також відсутністю фундаментальних досліджень цього явища, зумовлюється актуальність нашої розвідки. Отже, мета запропонованої статті полягає у висвітленні типових та оригінальних художніх рішень «патріотичного дизайну», визначення його естетичної, соціокультурної та функцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. «Патріотичний дизайн» у японському національному одязі, як, власне і мистецтво Японії 1930–40-х рр., лише віднедавна стали привертати увагу фахівців. Закономірний інтерес західних спеціалістів до різноманітних проявів мілітаризму, ідеології та пропаганди зумовив появу низки виставкових проєктів, присвячених країнам-учасникам Другої світової війни. Якщо графічна продукція різних країн виявила численні аналогії в сюжетах та прийомах, то патріотичний зміст японських дизайнерських розробок у галузі одягу не має відповідників.

Втім, не зважаючи на унікальність цього феномену, комплексного його дослідження до сьогодні не відбулося. Незначний рівень вивченості патріотичного дизайну може пояснюватися й складністю створення джерельної бази. Музейні колекції світу не мають необхідної та достатньої кількості кімоно відповідного напрямку. Переважна більшість взірців перебуває у приватних колекціях Японії, США, Європи.

Отже, у сучасному науковому дискурсі стосовно обраної теми маємо лише коментарі А.Джексона до окремих взірців кімоно, що експонувалися на виставці в Музеї Вікторії та Альберта в Лондоні

[3], деякі спостереження Кавакамі Шігекі щодо дизайнерських розробок 1940-х рр. [5] та невеличку розвідку Інуї Йошіко, де представлений цікавий ілюстративний матеріал з анотаціями [6]. Стосовно систематизації матеріалу, представленого в останній публікації, слід зазначити, що він підпорядкований авторкою то хронологічному принципу, то сюжетному, то видовому, що унеможливило типологізацію дизайнерських розробок та створення загальної картини розвитку патріотичного дизайну у широкому контексті соціокультурного та політичного життя країни. Водночас, згадана праця є, першою спробою бодай намітити можливі вектори вивчення цієї галузі японського вбрання.

Щодо терміну «патріотичний дизайн», то слід зазначити, що в японській науковій літературі його застосовують до дизайнерських розробок кімоно 1940–42 рр., які демонструють винахідливі рішення, дотримуючись при цьому суворих обмежень щодо використання коштовних матеріалів та технік. Такі взірці демонструвалися на виставці Бітен 1940 р. і саме вони, на думку організаторів, уособлювали патріотичний стиль, — пише японський дослідник Кавакамі Шігекі [5]. Натомість у нашій розвідці термін «патріотичний дизайн» використовується у більш широкому контексті і охоплює усе розмаїття вираження патріотичних почуттів та настроїв засобами одягу. Відтак хронологічні межі дослідження суттєво розширюються і охоплюють майже усю першу половину ХХ ст.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішна модернізація Японії, розпочата імператором Мейджі (1852–1912), передбачала не тільки зростання економічної потужності, а й створення потужної армії, здатної чинити опір колонізації країнам Заходу. За кілька десятиліть країна зробила стрибок з етнографічного оазису до однієї з розвиненіших цивілізацій світу. Результатом цих перетворень стала перемога у Першій китайсько-японській війні (1894–1895), яка дала сильний поштовх до зростання патріотичних почуттів. Радість перемоги знайшла вираз у численних графічних серіях, окремі сюжети з яких переносилися у побутовий текстиль.

Перший сплеск патріотизму, який мав конкретний костюмний прояв, приходиться на 1905 р., коли під впливом успіхів у російсько-японській війні (1904–1905) японці зрозуміли, що пора позбавлятися комплексу меншовартості. Традиційний одяг, який ще нещодавно сприймався символом відсталості на відміну від європейського, прийнятого урядом у якості офіційного, здобув нові смислові конотації. Тепер він став ознакою національної ідентифікації, приналежності до держави Японії. Тенденція вбиратися у японське посилилася, і навіть деякі запозичення європейської моди здобули патріотичних перекодувань. Так, наприклад, європейський тип високої зачіски у т.зв. стилі „Маргарет” японки використовували під назвою „Пагорб

203”, нагадуючи про місцевість поблизу фортеці Порт-Артур та героїчні події російсько-японської війни [2, 221].

Уявляється показовим, що переживання великої перемоги спонукало дизайнерів звертатися до найрепрезентативніших стилів минулого. Так, у 1905 р. Міцукоші випустили кімоно, візерунки якого нагадували часи Генроку (1688–1703), коли мистецтво досягло вищої фази розвитку періоду правління Токугава (1703–1868). Тогочасне оздоблення кімоно відзначалося елегантністю та певною екстравагантністю. Наступного року дизайнери звернулися до розкішного та імпозантного стилю періоду Момояма (1573–1614), з його широким використанням золотої та срібної фарб [4]. Так стверджувалися позиції національного одягу та підкреслювалися ідеї сили та величі японської імперії, як країни з багатоміліардною культурою.

Патріотичні настрої спричинили й дизайнерські розробки, де були винайдені новітні образи, що відповідали духу нового часу. Попередній досвід зображень військових сцен у побутовому текстилі тепер широко використовувався в кімоно. Так, мілітарні сюжети розгортаються на віялах, зображеннями яких оздоблено кімоно для юнака. В іншому варіанті кімоно прикрашається листівками, зображення яких складаються у послідовну розповідь про найголовніші етапи модернізації Японії: відкриття порту Рьоджю (Порт-Артур); церемонія відкриття залізниці; граф Івакура Томомі (1825–1883) від'їжджає з місією з Йокогами; тридцятья річниця зміни столиці з Кіото на Токіо (іл. 1). Також у декорі тогочасних кімоно використовувалися портрети японських міністрів та генералів, або зображення самурайських шоломів, інколи в супроводі текстів на кшталт «бандзай».

Особливості дизайнерських підходів до створення «патріотичних» візерунків зумовлювалися й технологічними чинниками. Якщо трафаретний розпис та друкований малюнок дозволяли створювати багатофігурні композиції, то ткацтво касурі вимагало лаконічних, геометризованих зображальних форм. Тому в текстильних виробках касурі візерунок тяжіє до створення знаків-символів нової доби — доби військових перемог: гармати та фрагменти фортець, військові кораблі, прапори (як японські, так і прапори переможених держав), корабельний якір, барабан і горн, хризантема, шуліка (іл.2–3). Зображення шуліки з розгорнутими крилами повторює його силует на ордені Золотої шуліки, заснованому імператором Муцухіто у 1890 р. як нагороди за виключно військові заслуги.

Однак, найбільш виразно та розмаїто репрезентувати патріотичні настрої суспільства костюм став у 1930–40 рр., коли Японія розгорнула масштабні плани завоювання Азії. Саме на цей час припадає формування цілого комплексу мотивів, що тією чи іншою мірою демонстрували солідарність з армією та гордість за свою державу.

Серед зображень, що відносяться до т. зв. «патріотичного дизайну», насамперед слід віднести орнаментальні варіації на тему державного, або військового флоту прапорів та тексту гімну (Кімгайо). Часто ці державні символи поєднувалися із зображеннями квітів сакури, хризантеми, гори Фуджі. Рядки з державного гімну утворювали декор, поєднуючись із зображеннями хризантем. Таке сполучення, крім декоративного, мало й змістовне підґрунтя: текст гімну виражає хвалу та вірність імператорові, а хризантема — мон (герб) імператорського дому. Не буде перебільшенням твердження, що прапори, або їхні змістовні заміники (віяла «хіномару») від першої японо-китайської війни і аж до поразки у Великій Тихоокеанській війні (1945) були найпопулярнішим мотивом у декорі вбрання (іл. 4).

Не меншої популярності у дизайні кімоно здобув мотив літаків. Срібнокрилі птахи з червоними сонячними дисками на бортах прикрашали не тільки святкові фуріоде для хлопчиків, а й зачіски дівчат (іл. 5–6). Найвідомішим взірцем згаданого мотиву слід вважати святкове кімоно для хлопчика, де в декорі поєднуються зображення літака, на темно-синіх крилах якого гордо красується червоний сонячний диск — герб японської авіації (іл. 7), графічні образи Фуджісан, Тауерського мосту в Лондоні, фрагмент карти світу, французький і британський прапори. Дизайн цього кімоно прославляє перший безпосадочний переліт з Японії в Європу, який здійснили Масаакі Іїнума (1912–1941) та Кендзі Цукагоші (1900–1943). У декор включено і шрифтове повідомлення про те, що 9 квітня 1937 р. літак приземлився в лондонському аеропорту Кройдон, подолавши 15 000 км. Крім гордості за встановлений рекорд (зі схожим захопленням СРСР зустрічала Валерія Чкалова), подія свідчила про готовність Японії до масштабної війни, адже літак являв собою цивільний варіант військового літака Міцубіші Ki-15 «Камікадзе». Показовими є назва літака, акції й сюжету на кімоно — «камікадзе го». Звісно, 1937 р. ще не існувало спеціальних підрозділів камікадзе (вони були створені лише у жовтні 1944 р.), але сама назва «божественний вітер» нагадувала про події японської історії, коли тайфун двічі знищував ворожу армію ще тільки на підході до японських островів.

З просуванням японської армії на південний схід мілітарні мотиви здобули більш конкретного вираження. Чоловічі джюбани з синтетичного шовку оздоблюються ритмізованими зображеннями літаків, танків, військових кораблів, ракет (іл. 8). Прикметне, що такі зразки патріотичного дизайну призначалися для оздоблення спіднього одягу і виражали особисті почуття власника, а не прагнення продемонструвати лояльність до уряду.

Ідеологічна підтримка воєнної компанії, за звичай, супроводжується героїзацією нових персон, які поповнюють національний пантеон героїв.

Японія у цьому сенсі не стала виключенням. Серед канонізованих пропагандою та увічнених у художніх творах, аніме і зрештою — в орнаменталі кімоно — інженери 84 полку Ішіта Такеджі (1910–1932), Іносуке Сакуе (1910–1932), Кітагава Юдзуру (1910–1932). У 1932 р., під час боїв за Шанхай, вони загинули, підірвавши укріплення ворога і відтак відкривши можливості для наступу своєї армії. Не удаючись до зайвих подробиць щодо дискусій — чи був подвиг, чи вояки загинули випадково — відзначимо лише, що завдяки пропагандистській компанії вони сприймалися як справжні народні герої, чия історія була покладена до основи мотиву «три солдати». Інуї Йошіко у своїй монографії наводить приклади зображення цього мотиву на підкладках чоловічих хаорі, жіночих поясах та сукнях [9].

Поряд з новими героями у дизайнерських розробках 1930–40-х рр. можна бачити й образи героїв давнини: імператриця Джінгу (169–269), що уславилася воєнними походами на Корею і в контексті завоювання Азії здобула особливої актуальності; герої японського епосу Йошіцуне (1159–1189) і Бенкей (1155–1189). Доповнювали цей семантичний ряд зображення речей, що символізували ідеї відданого служіння та готовності віддати життя: самурайські мечі, шоломи, обладунки.

Стосовно дизайнерських рішень для жіночого та дитячого одягу, відзначимо, що мілітарні мотиви в них подаються в опосередкованому варіанті, через звернення до казкових та мультиплікаційних образів. Серед них найбільшою популярністю зажив Момотаро — чудо-хлопчик, який уславився ранньою вправністю та силою і разом зі своїми друзями воював проти демонів (іл. 9). В умовах розгортання воєнних операцій в азіатсько-тихоокеанському регіоні казка про маленького вояку набула нової інтерпретації: демони, з якими воює хлопчисько, уособлюють образ ворога.

Близьким до «Момотаро» є і образ «Норакуро», що також використовувався у дизайні дитячого та жіночого одягу (іл. 10). Норакуро — герой комедійної манга Сухо Тагава, солдат собачої армії, який проходить шлях від рядового до сержанта. Його історія тиражується у книжках та листівках, зображення прикрашає різноманітну продукцію, призначену для дітей. Зрештою Норакуро знаходить своє місце і в дизайнерських розробках кімоно. Одним з цікавих прикладів мотиву «Норакуро» є кімоно для хлопчика (1930–40 рр.). Провідний повнокольоровий мотив складається із зображень маленького хлопчика з Норакуро на повідку, літаків, бронетранспортерів, державного та армійського прапорів, розташованих у що ритмічно чергуються. Задній план утворено чотирикутниками, в яких силуетно представлені вояки різних родів війська у різних ситуаціях: похід, перемога, парад тощо. Цікаво, що цей другий план зображення немов цитує відомі фото японських солдат у ході завоювання Азії.



Ил. 1. Сцени з Російсько-японської війни 1904-1905.
Джюбан (чол.). Шовк. 1906-1907.



Ил. 4. Майко Фумі з подружкою. Фото. 1940.



Ил. 2. Прапори,
шуліка. Касурі.
Фрагмент.
Поч. XX ст.



Ил. 3. Прапори,
гармати,
фортеці.
Касурі.
Фрагмент.
Поч. XX ст.



Ил. 5. Фурісоде (хлоп.). Шовк, розпис.
1930-ті.



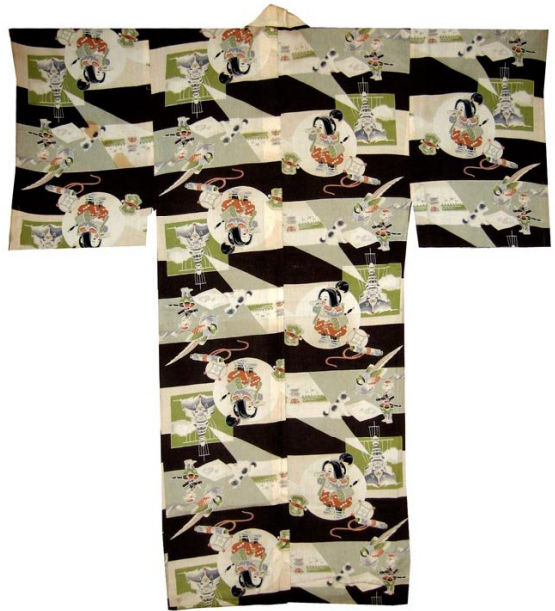
Ил. 6. Кандзаші. Дерево, метал, папір. 1930-ті



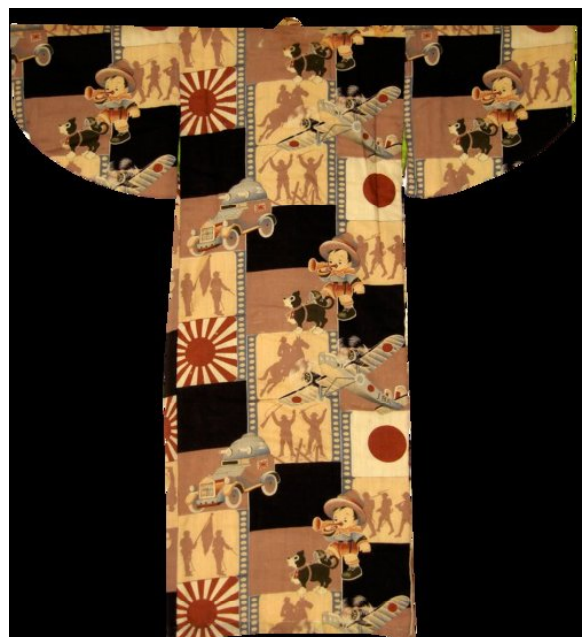
Ил. 7. Камікадзе-Го. Косоде. Шовк. 1937



Ил. 8. Джюбан (чол.). Шовк. 1940



Ил. 9. Момотаро. Косоде (хлоп.). Бавовна. 1930-ті



Ил. 10. Норакуро.
Косоде (хлоп.).
Бавовна.
1930-40

Характеризуючи дизайнерські рішення 1930–40-х рр., відзначимо, що за виключенням техніки ручного розпису з притаманним їй живописним підходом, більшість взірців демонструють геометричні композиції. За звичай майстри використовували прямокутні або чотирикутні сегменти, у яких розташовували зображення військової техніки. Утворена геометричними фігурами конструкція дозволяла об'єднати у єдине ціле різноманітні за силуетом зображення, надати композиції енергійності. Графічні інтерпретації елементів зображення часто запозичувалися з газет, листівок, дитячих книжок і відтак утворювали легко пізнавані „тексти”, що в цілому спиралося на багатовіковий досвід „костюмних повідомлень”, де зміст розкривався у сполученнях кольорів, співставленнях зображальних елементів тощо.

Десятиліття воєнних кампаній в Азії призвели к 1940 р. до дефіциту бюджету. З економічних і патріотичних міркувань знову заборонили носити речі із золотою, срібною і лаковою нитками, хаорі з фарбованим візерунком, купувати і продавати ткани речі. Дизайнери були вимушені шукати прості та ефектні рішення. Показовою в цьому сенсі стала виставка Бітен 1940 р. — «Виставка краси», на якій демонстрували новітні дизайнерські розробки в галузі текстилю). В експозиції домінували білі і чорні тканини, підкреслено простий дизайн. На думку організаторів і майстрів, таким мав бути справжній патріотичний стиль. У 1943 р., коли погіршилася ситуація на фронтах і почалася мобілізація студентів, було ухвалено тимчасово не проводити виставки [5, с. 58–72].

Дефіцит бюджету спричинив і використання синтетики. Натуральний шовк йшов на виготовлення парашутів і навіть гейші передали для потреб фронту нижні кімоно. З 1944 р., в умовах запровадженого режиму суворої економії, носити дорогий одяг означало не підтримувати свою армію. Коштовні кімоно й прикраси вийшли з ужитку з моральних міркувань. У столиці, за спогадами очевидців, панночці в шовковому кімоно вручали картку з попередженням «Розкіш — наш ворог» [1].

Узагальнюючи викладене, звернемо увагу на поступове зростання мілітарної тематики у дизайні національного вбрання відповідно до поступової трансформації ідей модернізації країни в концепцію створення Єдиної Азії. Як відомо, зони співпроцвітання створити не вдалося, натомість країна була втягнута у Другу світову війну, яка для неї закінчилася трагічно. Після війни у Японії розпочався процес відродження та розбудови нової економіки. Японці воліли якомога швидше забути біль та принизливість поразки, образи війни змінилися образами миру. У перше повоєнне десятиліття ще інколи виготовлялися дитячі кімоно із зображеннями маленьких самураїв або хлопчика Момотаро як останнє відлуння минулої війни. Від 1960-х р. комплекс мотивів патріотичного спря-

мування остаточно вийшов із вжитку. Дизайнери повернулися до традиційного каталогу предметів та образів, що використовувалися в оздобленні японського вбрання.

Проведений аналіз взірців кімоно, що належать до комплексу розробок так званого «патріотичного дизайну», дозволяє зробити наступні **висновки**:

- виникнення т.зв. «патріотичного дизайну» було не тільки проявом громадської та індивідуальної солідарності з державою і армією, а й ознакою формування японського громадянина, для якого вперше поняття національного і держави наповнилися реальним змістом. Попередні сторіччя ізольованого розвитку країни не викликали необхідності консолідації Японії як держави та нації. Тому каталог візерунків для кімоно, що складався протягом тисячоліття, не мав відповідних новому часу розробок;
- успіхи модернізації та воєнних компаній знайшли відбиття у розробці нових мотивів для кімоно. Серед найбільш розповсюджених виділені наступні: ранній період (1895–1920): «події модернізації», «Порт-Артур», «діячі революції Мейджі», «генерал Того»; другий етап (1920–1940) : «військова техніка», «Три солдати», «Момотаро», «Норакуро», «Імператриця Джінгу», «Йошіцуне і Бенкей», «Антикомінтернівський пакт». Уперше в історії країни в ансамблі вбрання використовувалися державний і військовий прапори, як ознака єдності громадян;
- у дизайнерських рішеннях застосовувалися два підходи: живописний (використовувався у ручному розписі кімоно) та декоративний, побудований на стилізованих зображеннях техніки, вояків, казкових та легендарних героїв, розташованих у різноманітних геометричних формах. Простежується стилістичний зв'язок дизайну кімоно і тогочасної продукції графічного дизайну (плакат, листівка, газета, книжкова ілюстрація), що забезпечувало пізнаваність зображальних кодів та інформаційну насиченість костюмних повідомлень.

Література:

1. Накамура Кихару. Исповедь Гейши / Накамура Кихару; пер. с нем. А. Гарькавий. — М.: ЭКСМО, 2002. — 480 с.
2. Фредерик Л. Повседневная жизнь Японии в эпоху Мэйдзи / Луи Фредерик. — М.: Молодая гвардия, 2007. — 352 с.
3. Jackson A. Japanese Textiles in the Victoria and Albert Museum / A. Jackson. — London, 2000. — 144 p.
4. Japanese Culture in the Meiji era. — Vol.4. Manners and Customs. Ed. By Yanagiwa Kunio. Tokyo, 1969. p.14–15
5. Від косоде до кімоно: фарбування та ткацтво, що призвели до вищого ступеню краси / Кавакамі Шігеки, Фуджіі Кендзо, Нагасакі Івао, Ямакава Акі. — Tokyo, 2005. — 152 с. (河上繁樹、藤井健三、長崎巖、山川暁「小袖から着物へ：美を極めた染めと織り」東京 二〇〇五年 一五二頁)
6. Інуї Йошіко. Зображення війни: кімоно / Інуї Йошіко. — Tokyo, 2007. — 137 с. (京：インパクト出版会, 2007. 図着物柄にみる戦争/干淑子著)
7. Хаджіме Мійоші. Японський плакат [в періоді] Мейджі, Тайшо і Шьоова / Хаджіме Мійоші. — Кіото, 1997. — 255с. (京都院, 1997「明治・大正・昭和日本のホスタ」 — 三好一)