

ПОСТМОДЕРНІ МОДЕЛІ ІДЕНТИЧНОСТІ ЛЮДИНИ ЯК СЦЕНІЧНИЙ ОБРАЗ КУЛЬТУРИ: МОДА І ЖИТТЯ

Анотація. Мета статті – визначити мистецькі форми ідентичності людини як продуцента мистецьких цінностей у культурі постмодернізму, що утворюються як сценічні артефакти культури. Методологія статті ґрунтується на застосуванні сценічних архетипів культури в просторі сучасних інтроверсій культури-ротворення. Наукова новизна полягає у визначенні постмодерної ідентичності людини як специфічного сценічного ефекту. Висновки. Постмодернізм як мегасцена комунікативного зразка є певною системою створення фрактального простору, що у сучасній технології сценоведення є проблемними епіцентрами формотворення. Найголовнішою є проблема взаємодії сценічно-пластичних і вербально-екранних ознак сценічного синтезу, що відображуються у сучасній практиці театрального мистецтва.

Ключові слова: культура, мода, авангард, кубізм, рух, віталізм.

Soroka Maryna

Kyiv National University of Culture and Arts

POSTMODERN MODELS OF HUMAN IDENTITY AS A STAGE IMAGE OF CULTURE

Summary. The purpose of the article is to identify the artistic forms of human identity as the producer of artistic values in the culture of postmodernism, which are formed as the stage artifacts of culture. The methodology of the article is based on the application of stage archetypes of culture in the space of contemporary introversions of culture. The scientific novelty is to find out the essence of postmodern human identity as a specific stage effect. In the article it is noted that the problem of identity, which, according to Bauman, was formed in the modern days, in the postmodern is defined as a kind of secondary model, or secondary modeling system, according to Y. Lotman. It is emphasized that postmodern images of identity indicate that postmodernism did not arise in the empty place - it became the end of a great tradition of wandering tendencies, activities, status and behavior of man. The world of clichéd mind becomes antimodern, the mind is thrown off the pedestal, filled with total play. That is, the stage space of the game leads to the disappearance of biomechanics, the rationalism of the construction of the arena of being, all that Les Kurbas described as a spiritual sentence disappears, and all the actors, players turn into that "working cattle", according to Les Kurbas who do not notice, that have lost the human face. Conclusions. Postmodernism, as the megascene of the communicative model, is a certain system of creating a fractal space, which in modern stage-setting technology is the problematic epicenters of form-formation. The most important is the problem of the interaction of stage-plastic and verbal-screen signs of stage synthesis, which are reflected in the modern practice of theatrical art. An integrative metaphor is the game, which is the epicenter of the culture of postmodernism. The metaphors of human identity proposed by Z. Bauman promote a more authentic, substantive and model analysis of the practices of postmodern culture.

Keywords: culture, fashion, avant-garde, cubism, movement, vitalism.

Постановка проблеми. Зигмунт Бауман визначає певні метафори ідентичності в культурі постмодернізму, які він характеризує як паломництво, мандрі (бродяга стає одним із культурних феноменів пересічного мандрування світами), туризм. Ці метафори доповнюються метафорою гри. Людина-індивід як тотальний ідентифікатор постмодернізму все перетворює на гру. Ці моделі є вдалими, і виписані настільки ефектно, що читач легко засвоює постулати метафоричного бачення, а самі моделі стають «здійсненими метафорами», тобто сприймаються як спосіб буття. Отже, проблема ідентичності яка, за З. Бауманом, була сформована ще за доби модерну, в постмодерні визначається як своєрідна вторинна модель, або вторинна моделююча система, за Ю. Лотманом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема постмодерністських систем ідентичності в культурі, мистецтві досліджувалася в роботах Н. Барної, В. Бичкова, Ю. Легенького, Н. Маньковської та ін. [1; 3; 4; 5], але естетичні та культурологічні аспекти інтерпретації куль-

тури постмодернізму як комунікативного феномена досі мало визначені. Це становить суть невирішеної проблеми – вивчення постмодерних моделей ідентичності людини як сценічний образ культури у контексті моди і життя.

Мета статті – визначити мистецькі форми ідентичності людини як продуцента мистецьких цінностей у культурі постмодернізму, що утворюються як сценічні артефакти культури.

Виклад основного матеріалу. Фігура паломника є своєрідним маркером модерної психології християнства, коли людина ідентифікує себе з Абсолютом, причащається. Відбувається обмін натурами, що спонукає до прощі. Людина довго іде в те місце, яке є святинєю. З. Бауман пише: «Коли Рим лежав у руїнах – принижений, спалюваний, пограбований ордами Аларіха, Св. Августин написав наступні спогляди: «Кайн стверджував, що він будував місто, тоді як Авель, якщо він був просто паломником на Землі, не будував нічого». «Істинний град Божий знаходиться на небесах»; тут, на Землі християни бродять як паломники в часі, що шукають царство вічне» [2].

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0509-8508>

Постмодерністські образи ідентичності свідчать про те, що постмодернізм не виник на пустоту місці. Він став завершенням великої традиції мандрівних тенденцій, діяльності, стану і поведінки людини. Якщо діяльність – це справа людини, що стає на шлях і здійснює подорож, то стан – це вічний неспокій, вічна невтіха і вічне збудження. Так, К. Малевич вважав «збудження» двигуном творчості, креації як такої, а будь-яка рекреація – це зона, в якій збудження стихає, чого так бажає людина. Етос паломника, людини постмодерної культури свідчить про те, що місце, де можливо Божество, є проблематичним в плані дії (події), поведінки та стану. Культура, в якій Бог помер, не може знайти спокою в жодній рекреації.

З. Бауман пише: «Торговельні центри роблять світ безпечним місцем для життя як прогулянки, або швидше торгові центри, це світи, котрі проєктувальники зробили на замовлення за мірку того, що гуляє. Місця непередбачених випадкових зустрічей, котрими гарантована епізодичність, є справжнє, відірване від минулого і майбутнього, де поверхня відображується в поверхні. В цих світах, кожен той, хто гуляє, може уявити себе директором, хоча всі ті, хто гуляють, – об'єкти впливу. Цей вплив, як і потрібно, є комфортним і його не можна назвати нездійсненим» [2]. Місто та сцена його буття стають великим супермаркетом, де всі функції клішовані та гарантують комфорт перебування перед вітриною товарів, послуг, потреб та насолод. Відбувається певне «опустелювання» міста як ойкумени людського буття.

Опустелювання – це своєрідна межа, яку постмодернізм із захопленням і з якоюсь загальною настирливістю культивує як сцену, надлишково сповнену товарами вжитку. Світ клішованого розуму стає антимодерним, розум скидається з п'єдесталу, заповнюється тотальною грою. Тобто сценічний простір гри призводить до того, що зникає біомеханіка, раціоналізм побудови арени буття, зникає все те, що описував Лесь Курбас як духовний вирок, а всі актори, гравці перетворюються на той «робочий скот», за Лесем Курбасом, які не помічають, що втратили людське обличчя.

Отже, метафори З. Баумана чудово демонструють етику й естетику постмодерністської реальності, де людина, що мандрує, є паломником без святині, без пальмової гілки, без посоху, а людина, що здійснює прогулянку, людина-бродяга, турист є далеким відлунням життя паломника. Тобто це фактично спустошена реальність буття. Втім, пустеля тут не маркує простір святості, в який уходили святі, а існує біля свого дому як красиво задекоровані піщані дюни. Мандрівник бачить життя як набір слайдів, візуальних та віртуальних картинок, що дають йому задоволення.

Постмодернізм знаходить багато засобів такої прогулянки, такого бродяжництва, саме такого псевдопаломництва. Телебачення і мас-медіа стають чудовим прикладом ухвалення на шлях мандрів: візуальних, оптичних, що дають можливість психічної недосяжності, можливості ідентичності без ідентичності, без катарсису.

Десятиліття народження постмодернізму в моді пов'язано з творчістю Карла Лагерфельда, який починає працювати як стиліст з вишуканими презентаціями арт-дизайну. «Арт-деко» – одна із колекцій. Колекція «Хлоя» стає своєрідним брендом

тих часів. Кензо відкриває «вічний» стиль і показує своєрідність східної культури, яка дає можливість не просто застосування мотивів, а здійснювати своєрідний образ прет-а-порте, який оживлює образи етнокультури як цілісний самодостатній простір культуротворення в моді. Але прет-а-порте формувалося досить по-різному, за свідченням дизайнерів Парижу, Мілану, стало своєрідним проміжком стильових інтроверсій. Це редукована висока мода і уквітчаний, образно розфарбований функціональний одяг. Все свідчить про те, що прет-а-порте є своєрідною мімікрією – переходом, динамікою. Цей перехід був образним перетинком, який відповідав перехідним, по суті, 70-м рокам.

Ів Сен-Лоран вводить у модний простір цілий ряд етноверсій. Це своєрідна поема, згадка про ті колекції, які були нав'язані російськими балетами Дягілева і особливо творчістю Леона Бакста. Російські сезони вразили європейців своєю розкішшю, святковим весіллям і всім тим, що навіть композиторів Франції примусили назвати Стравінського не інакше, як «князь Ігор». Тобто, все це дає можливість побачити цікавий образ модного сценізму, який формується як динаміка стилетворення.

Творчість Дж. Армані у більшій мірі відповідає прет-а-порте і теж балансує на межах класики і того редукативного комплексу, який пов'язаний із молодіжною культурою. Молодіжні культури 70-х років прибиваються до мейнстріму, хіп-хоп, топ-медіа. Панки теж стають декорованими, широкими і, будемо казати, жестикуально-драматичними медіаторами моди. Панк-стиль несе в собі елементи фетишизму, садомазохізму, орієнтацію на архаїчні культури і водночас ту жорстоку агресію, яка в певній мірі стримує людину на межі її можливостей.

Вів'єн Вествуд в свій час розпочала з панку, а ствердила свій імідж у деконструкції як модному формотворчому імпульсі. Її недарма називають скандалісткою в моді. Чоловік Вествуд був продюсером скандально відомої групи «Sex Pistols» та став її духовним батьком, який зацікавив її власне дизайном одягу. Модельєр-початківець відкриває свій бутік і починає активно шукати зустрічі з субкультурами, її творчість захопила панків, хіпі. Так, усі стихійні бунти, які виникали в 70-ті роки, були епатажним сценічним простором, який поступово культивувався і насичувався романтичними, еротичними і водночас естетичними течіями походу у царину культури, зокрема моди і своєрідними інверсіями стилів, які мали знов-таки непередбачений характер.

У 1984 році Вествуд відкрила ще один бутік-магазин в Лондоні, де показала нижню білизну – бюстгальтери були надягнуті поверх блузонів, які почали тим самим тенденцію переутворення нижньої білизни. Так, П. Готьє створив свої корсети в 1983 році, адже в моді ця тенденція з'явилася лише у 1990 році. Вествуд показувала колекцію з татуюванням, з демонстративно товстими жінками, з розмазанним по обличчю гримом. Все це поставало як певний скандал, як певне зондування підсвідомого. Вествуд як королева субкультур – це молодіжний простір і водночас гостро здійсненна деконструкція, яка як постмодерністське формотворення набула у неї справжнього провокативного демонстративного вигляду.

Джон Гальяно, британський дизайнер, який раптово потрапив у французький простір моди,

здійснив блискучу кар'єру, яка невдало закінчилася після сварки в ресторані, коли він визначився як антисеміт і прихильник Гітлера. Хоча це був епатаж, йому це не простили. Важко сказати, чи дім Крістіан Діор втратив Гальяно, чи Гальяно втратив дім Діор. В будь-якому разі останній імідж дому Крістіан Діор був пов'язаний саме з Гальяно. Гальяно – гарний конструктор, який працює в абсолютно різних контекстах, і те, що він створював протягом десятиліть, увійшло у простір моди як один із цікавих, інколи навіть розкішно рафінованих і надзвичайно елегантних стилів, який в колекціях оцінювався як висока нота бачення сучасності.

Поруч з епатажем, на відміну від Ведствуд, він активно працює з формотворенням. Отже, якщо говорити про реконструкцію формоутворення в творчості Гальяно, то він в більшості форму визначав в надзвичайно властивих йому непередбачених і розкішних колекціях, які розбудовувалися на різних сценах модного універсуму Європи. Це були театралізовані покази у Болонському лісі, в лісних пахощах, на вокзалі Ватерлоо, пустелі, в оранжереї Версальського палацу та ін. Навіть в зоопарку. Все це свідчить про те, що це був і є один із цікавих сценічних діячів, який перетворював моду.

Образ тотального споживання стає привабливим, можна обмінуватися місцями, купляти, виробляти товари та послуги, а сам факт наявності дестинацій (привабливих ландшафтів, географічних зон), обміну місць і звернення до цих привабливих ландшафтів є своєрідною зоною зустрічі з естетичною артизованою реальністю, що купляється і продається.

Отже, інтегративною метафорою стає гра, що є епіцентром культури постмодернізму. «В грі сам світ є гравцем, – констатує З. Бауман, – де вдача невдача – всього лише ходи «в світі гри як гри». В конфронтації між гравцем і світом немає ані закону, ані беззаконня, ані порядку, ані хаосу. Наявними є лише ходи – більш менш розумні, сильні або слабкі, глибокі або брехливі» [2]. Проблема полягає в тому, щоб передбачати ходи супротивника і перекопати його, вийти вперед. Світ гравця – світ ризику, інтуїції, перестороги. Час в світі як грі розподіляється на ланцюги ігор, де кожна гра складається з власних конвенцій, кожна має свою особливу сферу значення, маленький власний світ, замкнутий й автономний [2].

Така достатньо естетична і водночас суттєва добірка спонукаючих інтенцій і конвенцій, метафор, що виводять у простір ідентичності, яка є матричною формою, здійснюється в різних форматах, які чітко визначають правила гри. Так, наприклад, в ТБ існує формат новин, ігровий формат, формат шоу, формат, пов'язаний з професіями, формат пригодницький тощо. Людина не може вийти із заданого формату, вона лише переключає свою увагу з одного набору можливостей споглядання на інший. Це тотальне споживання, тотальне мандрування між світами. Людина як тотальний турист, комфортно мандруючий сучасними медіа, сучасними засобами пересування, в житті теж стає туристом, бачить світ лише в контексті спонук, які утворює туризм як глобальний світ сучасності.

Простір культури комерціалізується і обертається бізнес-планом, а все те, що у З. Баумана описано достатньо романтично і в достатньо ек-

спресивній манері, усуває універсум споживання. Туристична модель культуротворчості стає домінуючою. Дж. Уррі пише: «Світ захоплений процесом «виробництва» і «споживання місць». Сьогодні основні компоненти дозволяють «використовувати» сучасну глобальну культуру, включаючи готельний буфет, басейн, коктейль, пляж, зал очікування в аеропорту і бронзову засмагу.

Таке всезагальне поглинання має передумовою ріст туристичної рефлексії, що формує дисципліну, процедури, критерії, що дозволяють кожному будь-якому місцю в рамках виникнення зразків глобального туризму направляти, оцінювати і розвивати свій туристичний потенціал. Така рефлексія дає можливість ідентифікувати конкретне місце в історичних, географічних та культурних координатах, що опоясують Землю, і визначити його суттєві і потенційні матеріальні і семіотичні ресурси. Одним із елементів туристичної рефлексії є інституалізація досліджень туризму, поява нових монографій, посібників, екзотичних конференцій, відділів, журналів, включаючи ті, що виникли в 90-ті рр. Відкрилась множина консультуючих фірм, пов'язаних з місцевими національними та міжнародними державними структурами, компаніями, добровільними асоціаціями і національними географічними громадами» [6, с. 137]. Людина поступово перетворюється на споживача споглядання, а саме споглядання англілюється як те, в якому виникає катарсис.

Отже, цих констатацій достатньо, щоб звернутися до певних сценічних арт-феноменів, що створюють той модний постмодерністський простір, де мода є не лише феноменом, пов'язаним з одягом, а певною системою рефлексії поглядів: естетичних, мистецьких, туристичних в просторі динамічної активності людини. Все більше й більше можна мандрувати у віртуальному просторі. Тобто ми в чистому вигляді бачимо стенограму, архетип або модуль, якщо не матрицю постмодерністської сцени.

Виникають конвенції з орнаментальними елементами сценічного простору постмодерної культури. Фактично існує дві сцени: одна регулярна, задана форматами комунікації, формулами спілкування, інша – хаотична, дисгармонійна. Все разом створює модний простір сцени комунікації. Втім, мода може бути невпізнаною, може бути конвенційним знаком тощо. Так виникає певна матриця ідентичності людини, яка розшукує себе і запитує: «В якому світі я знаходжусь? Що це за світ? Наскільки він людський, наскільки відповідає тим рекреаціям, які ми шукаємо як зони тиші і спокою?». Мода може бути покинутим простором, без паломників, туристів і бродяг. Може мати задоволення від тих вітрин, спокус, які нас чекають у просторі мандрівки великим містом.

Висновки. Твори постмодернізму, чи-то живопис, чи-то колаж, чи предметні інсталяції, боді-арт, енвайронмент та ін. викликають, передусім, тривогу, неспокій, намагання вийти з цього середовища і зупинитися перед іншим більш впізнаним і більш релевантним, близьким до людини об'єктом. Метафори ідентичності людини, запропоновані З. Бауманом, лише спонукають до більш автентичного, предметного та модельного аналізу практик культури постмодернізму, зокрема моди, яка набуває надзвичайно гострих форм полісценізму та підвищеної комунікативної інтерактивності.

Список літератури:

1. Барна Н.В. Дизайн у контексті художньої культури ХХ–ХХІ століть. Київ : «Університет «Україна», 2015. 353 с.
2. Бауман З. От пилигрима к туристу, или краткая история идентичности. URL: <http://www.leg-urbanistes.blogspot.com/2008/11/blog-post.html>
3. Бычков В., Манковская Н., Иванов В. Триалог. Москва : Прогресс – Традиция, 2012. 840 с.
4. Легенький Ю.Г. Философия моды ХХ столетия. Киев : КНУКиМ, 2003. 300 с.
5. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. 347 с.
6. Урри Д. Взгляд туриста и глобализация / пер. с англ. А. Шередеги // *Массовая культура: современные западные исследования* / пер. с англ. отв. ред. и послесловие В.В. Зверевой. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. С. 136–152.

References:

1. Barna, N.V. (2015). Dyzain u konteksti khudozhnoi kultury XX–XXI stolit [Design in the Context of Art Culture of the XX-XXI Centuries]. Kyiv: “Ukraine University” (in Ukrainian)
2. Bauman, Z. (2008). Ot piligrima k turistu, ili kratkaya istoriya identichnosti [From a pilgrim to a tourist, or a brief history of identity]. URL: <http://www.leg-urbanistes.blogspot.com/2008/11/blog-post.html> (in Russian)
3. Bychkov, V., Mankovskaya, N., & Ivanov, V. (2012). Trialog [Triologue]. Moscow: Progress – Tradition. (in Russian)
4. Legenky, Yu.G. (2003). Filosofiya modyi HH stoletiya [Fashion philosophy of the twentieth century]. Kiev: KNUKiM. (in Russian)
5. Mankovskaya, N.B. (2000). Estetika postmodernizma [Aesthetics of postmodernism]. St. Petersburg: Aletheia. (in Russian)
6. Urry, D. (2005). Vzglyad turista i globalizatsiya [The view of the tourist and globalization]. Mass Culture: Modern Western Studies. Moscow: Foundation for Scientific Research “Pragmatics of Culture”, pp. 136–152. (in Russian)