

Капітоненко О. М.,
пошукувач, Національний педагогічний
університет ім. М. П. Драгоманова
(Україна, Київ), a321831@gmail.com

ПОСТМОДЕРНІСТСЬКІ ІНТЕНЦІЇ МОДИ ПОСТКОМУНІСТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА

Постмодернізм і посткомунізм певною мірою корелюють як реалії, що здійснилися «після». Ця пост-реальність є надзвичайно цікавою, вона зараз добігає до свого кінця: вже можна говорити, чи виник наступний період – постпостмодернізм, який, звичайно, має особливі риси у пострадянському просторі, чи він є лише проекцією інтенцій західної культури в східну. Це неоднозначні реалії, які можна визначити автентично, адже сутність полягає в тому, що в моді, культурі в цілому в Радянському Союзі відбувалися процеси, які майже ідентично повторювали ті реалії, що здійснювалися в західному регіоні.

Ключові слова: постмодернізм, мода, посткомунізм, пострадянський простір.

Наприкінці ХХ – початку ХХІ століть, у так звані нольові, виникає криза постмодерного мислення. Утворюються можливості широкої верифікації, уніфікації, глобалізації, синтезу, новітньої еkleктики в різних регіонах як західної, так і радянської або пострадянської культури. Можна стверджувати, що постмодернізм приходить у різних конфігураціях еkleктичного симбіозу. Трансформує сталінський міф, хрущовську пуританську етику та національні моделі самоідентифікації в простір радикалізації опору глобалізації культури. А також пошуку ціннісно субстанційного ядра тоталітаризму як культурної образної тотальності, що, на відміну від культури Заходу, зберегла культурно-історичний потенціал минулого.

Багато розмов точиться навколо молодіжних рухів, ювенальності моди, що пов'язані з іншим баченням людини в планетарному і космічному просторі. А згодом виникненням чіткої диспозиції в арт-просторі моди, що широко мімікрує від «від кутюр» до прет-а-порте і функціональної моди, яка в свою чергу теж потребує модного аранжування і протистоїть прет-а-порте і «від кутюр». Якщо «від кутюр» можна визначити в постмодерністських конотаціях як образ-інсталяцію, а прет-а-порте як образ-трансгресію, тобто перехід, граничні трансформації образних презентацій, то образ функціонального простору моди частіше всього визначають як образ-імператив, як той образ, що асоціюється з тим чи іншим функціональним забарвленням моди повсякдення.

Аналіз моди постмодернізму здійснювався в дослідженнях Ю. Легенького, О. Шандренко, Д. Єрмілової та ін. [3; 4; 1], адже проблема аналізу моди постмодернізму в контексті пострадянського простору потребує особливого аналізу.

Мета статті – визначити формотворчий потенціал моди постмодернізму в контексті культури посттоталітарного суспільства.

У 2005 році в м. Києві відбулася виставка моди з Великої Британії. Виставка демонструвала специфіку моди Великої Британії. Отже, вона суттєво відрізняється від моди Франції, Америки, а також моди посткомуністичного простору. Так, можна було побачити декілька напрямів регіоналізації моди. Перший напрям – це мода людей, які наділені владою, капіталом і надзвичайно консервативно ставляться до модного продукту. Коли дивилися на ці виробі, то вони нагадують своєрідний театральний реквізит: циліндри та блискуче пошиті фракки. Все

це виготовляється не дизайнерами, а професійними кравцями, які спеціалізуються саме на виготовленні такої продукції. Головна їх місія полягає в тому, щоб просто репродукувати в просторі потреб і вимог клієнтів відомі архетипи.

Легітимність корпоративу кравців уособлює патент наслідування, тобто вони мають бути потомственими кравцями від діда та прадіда. Далі виникла група електорату моди, що наблизилися до цієї еліти, але не мали легітимного простору модної презентації свого становища. Це вже більш широкий, більш розмитий, легітимно означений владний коридор модних презентацій. Він має більш широкую забарвленість модних інновацій: сюди вже легко вписуються футболки з написами, кеди і джинси.

Зрештою, ми потрапляємо до найпрестижнішого регіонального світу людей, які живуть у специфічному кварталі, де маєтки, квартири розміщуються в колишніх фабричних районах. Адже замість фабрики, яка ззовні виглядає повністю автентичною фабрикою з чорними стінами, закопченими та рудими (навіть зберігаються труби), всередині існують квартири, які вмебльовані абсолютно автентично, з позиції сучасних вимог щодо дизайну житла. Така своєрідна диспозиція і контраст приваблює заможних людей, вони визначають свою обраність саме таким чином. Цей модний універсум має свої вподобання – це ті ж самі молодіжні джинси 50–60-х рр., але вже з іншого матеріалу, більш сучасного, хоча на зовнішній вигляд вони не відрізняються від прототипів. Такі ж самі й кросівки і майки.

І вже останній регіон моди представлено в сучасних образах деконструкції. Це мода, яка походить від Вів'єн Вествуд. Ця мода вже є інтернаціональною, планетарною. Важко сказати, наскільки вона походить від панк-орієнтації, як взагалі кібер-панк, який зараз володіє світом в медіа. Ця мода є навіюваним образом вже тієї мультимедійної ювенальності візуальної попкультури, яка входить у простір сучасних інсталяцій, презентацій. Отже, це лише один сегмент регіональної моди Великої Британії.

Якщо говорити про Америку, то там мода, звичайно, не так регіоналізована і не так клішована щодо стратифікації суспільства, вона більш терпима до політичних та інших ідеологічних корпоративних і будь-яких інших угруповань, теж саме стосується Франції.

У Радянському Союзі відбулися складні метаморфози культури, коли вже в 60–70-ті роки формується суто естетичний, художній характер всесвітнього, універсального бачення реальності. Це відбувалося в жанрах музики, живопису, а також інших культурних практиках. У дизайні, моді відбувається певне запозичення, цитування і захопленість західною модою. Але, на відміну від сталінського міфу, тут зберігається міф, який можна визначити, як «пострадянський ленд-арт».

Так, з одного боку, він має прерогативи культурного націоналізму і національно-етнографічних алюзій, а з іншого боку, вже є абсолютно вторинним. Цей арт-націоналізм залежить від «годуючого ландшафту», за Л. Гумільовим, залишається знаком знака (існує у вимірі лише знакових конотацій), є вторинною моделюючою системою, яка вже втрачає певний імпульс сигніфікації. Втрата референції є настільки елементарно визначеною, що фактично говорити про національну культуру, про

яку стали всі говорити в часи отримання незалежності у всіх країнах колишнього СРСР, стає досить і досить проблематично. Чому? Тому, що мало хто вже вірить у національний «годуєчий ландшафт». Всі полиці супермаркетів заповнені продукцією, іноземного виробництва, починаючи від одягу і закінчуючи продукцією сільського господарства.

Виникає проблема автентичної мови культуротворення (мови природної та мови диференційних практик культури), яка вже майже втрачена. Так, декілька десятиліть у всіх країнах пішло на елементарну регенерацію мовної культури. Так відбулось в Україні, ще не до кінця відбувається в Білорусі, легше цей процес відбувся у Молдові, в Грузії й інших країнах, які традиційно зберігали свій мовний тезаурус, але ми знаходимося в ситуації новітньої мовної колонізації, новітніх адаптацій, які вписуються в контекст глобалізаційних процесів, що легко інтерпретуються, як рух як по вертикалі, так і по горизонталі. Англомовна орієнтація стає пріоритетною. Російська мова фетишизується в маргінальних анклавах колишнього СРСР.

Сюди ж вписується і той процес глобалізації, який пов'язується з масовою культурою. Масова культура як порожня форма, як можливість заповнення лакун, з одного боку, і як нівеляція, спрощення, редукція, деформація духовної культури, зокрема національної культури, – це один із перетинів сучасної моди. Масова культура в моді заявила про себе в 50–ті з виникненням прет-а-порте, в 80–ті ще більше, з поширенням бутиків, з цитуванням молодіжного сленгу, безкінечними запозиченнями і тими кліше, які стають формульними, шаблонними коридорами презентації інформації і комунікації. І водночас масова культура знаходить своїх поп-ідолів, своїх маркерів цілісності.

М. Маклюєн вперше реабілітував цінності масової культури, зазначив, що масова культура має право на своє існування. Головним тут є регулятив, який визначається як популярний смак, у скороченому вигляді це має номінацію поп-смак. Поп-смак немає нічого спільного зі смаком як естетичним смаком, ідентифікацією та оцінюванням естетичних цінностей. Він частіше апелює до фактів, рейтингів, цифр, до всього набору соціологічних інструментів, які утворюють таблицю рангів, аранжування імен, що відбувається в сучасній масовій культурі.

Ми знаходимося в ситуації створення брендів, а бренди починають породжувати бренди. Бренд – це буквально тавро, це торгова марка, яка стає надзвичайно впливовою і притягує до себе цілий конгломерат інших брендів. Виникають такі категорії, як «брендинг», «портфель брендів», «змагання брендів», «просування брендів» та ін. Тобто виникає не лише модна індустрія, а дизайн як розвинута система соціального конструювання, як розвинута система аранжування матеріальної культури в цілому, тобто архітектурного середовища, середовища предметного та ін. Весь цей простір помножений на широку індустрію медіа, на простір медіакультури, орієнтується на візуальні способи комунікації в естраді, шоу-бізнесі.

Естрада – буквально означає «помост». Як відомо, естрадні помости стали широко культивуватися на межі XIX – XX століть в Парижі, на Монпарнасі, який був околицею Парижа. Так, на межі сільського і міського, урбанізованого середовища виникали кафе-шантани, тобто кафе, в яких співають. Окрім вокалу, всі інші

можливості театралізації і сценізму не були дозволені, вони чітко регулювалися імператорською службою театрів. Сценізм естради дозволяв лише вокал, інколи танці. Але згодом ці заборони були зняті, і естрада все більше і більше наближується до театру.

Зрештою, ми бачимо весь цей контекст модної поведінки: модність арт-діяльності все більше і більше тяжіє до молодіжного простору, молодіжно аранжованої аудиторії. Так, стає модно бути молодим, і сама ювеналізація моди, починаючи з 60–х років, формується як тотальна інтенсифікація ювеналізації. Цей феномен примушує згадати добрим словом й тоталітаризм, як певний тип тотальності.

Можна стверджувати, що весь цей конгломерат арт-практик все більше і більше мімікрує до камерних угруповань, до медіакультури, до своєрідних ансамблів реклами, дизайну, моди. Поетика постмодерну визначається як пастіш, палімпсест, алюзії, цитування, колаж та ін. Весь цей інструментарій в моді стає надзвичайно монтажним, еклектичним. Так, раптом модною стає тоталітарна культура.

Наприклад, чорні галіфе в колекції будинка моди Кензо, що створені з шифону, своєю прозорістю «нівелюють» владний імпульс маскуліної тотальності доби. Шкіряні ремені стають теж модними у жіночому гардеробі, Вів'єн Вествуд активно грається в культурні алюзії на межі бароко-ампір. Етновізії широко притаманні японським дизайнерам одягу, що традиційно наслідують авангардні або трансавангардні інтенції. Дизайнер Рей Кавакубо поєднує в собі логіку майже семіологічного та риторично-конструктивного зразка, і водночас завершений, непередбачений силует, починаючи від динамічних форм раннього модерну і закінчуючи вже більш пізніми етнореконструкціями і зверненнями до тоталітарної культури.

Весь цей широкий конгломерат модних інтенцій так чи інакше виростав, формувалася й адаптувалася цікаві постаті модельєрів. Як у Франції можна визначити, як лінійно формування моди й дизайну костюму, починаючи від сезонів С. Дягілева, чудових творів Л. Бакста, Кокто, П. Пікассо, Н. Гончарової, М. Ларіонова та ін. Далі весь цей сценізм набуває своєрідної аури культури повсякдення, що пов'язується з блискучим шармом і діяльністю Г. Шанель, Е. Скіпареллі, П. Пуаре та інших. Можна продовжувати перелік, але згодом сходить зірка К. Діора та Ів Сен-Лорана. К. Діор намагався повернутись до класики, і все, що зветься неокласикою постмодерного типу, починається з К. Діора.

Вже потім Карл Лагерфельд, К. Лекруа та ін. теж заохочують пошуки в сфері культурних стилістичних кодів, звернення до культурних матриць. Ів Сен-Лоран надзвичайно гостро реагував на етнокультурний бум. Втім простір інновацій моди кінця XX – початку XXI століття пов'язаний з творчістю Дж. Галліано та Олександра МакКуїна, їх експресивним модельним простором і водночас непередбаченою стилістикою, яка починається від гострих конструктивних алюзій, а закінчується вже складним макіяжем із залученням декоративних елементів і всією палітрою модних презентацій.

У радянському та пострадянському просторі мода пройшла декілька постмодерних трансформацій. Перша трансформація – це перевтілення нонконформізму у постнонконформізм – аналог ігрових протестних алюзій

чорного репу. Звичайно, мода намагалась адаптувати в собі весь той простір, який вже в рамках шароварної естетики або дозволеної згори естетики національного ленд-арту, можна визначити як ювеналізацію етнокультури. Цей етап свідчить про другу трансформацію – утилізацію етнікосу до метаекологічних, глобалізаційних імперативів. Виникають такі імена, як модельєр В. Зайцев, В. Юдашкін, які створюють еkleктичні симбіози стильових інтроверсій. Еkleктика В. Юдашкіна високо оцінена в Росії та за кордоном. Адже він свідчить про певний декоративізм та етногламур в дусі спекуляцій Н. Ламанової. Втім цей простір розхитує стереотипи, а ці стереотипи так чи інакше можна визначити як пострадянський простір моди.

З одного боку, виникає заангажованість національного самосвідомістю, а з іншого боку, миттєво формується бажання випередити, навіть певною мірою більш радикально працювати в контексті тих постмодерних образних конструкцій, що здійснюють майстри моди на Заході. Ці дві полярні позиції створюють ту лінію, яку можна визначити як хай-тек в моді, як гострий конструктивний й деструктивний злам, а з іншого боку, як етнокультурний бум, як національні ренесанси, які досить і досить по-різному входять в простір моди. Пошук метакультурних архетипів у російській колекції Дж. Галляно стає архетиповим для регіональних варіацій на тему етно. Але на жаль, на сучасному пострадянському просторі до сих пір немає таких модельєрів, які могли б зрівнятися з відомими майстрами і кутюр'є на Заході. А також визначили б модельні стратегії, що відповідали б масштабності та глибиною мегаломаніям тоталітаризму та посттоталітаризму, пошукам нонконформізму.

Втім у постмодернізмі посткомуністичного зразка можна передбачити третю стадію – так званий «постмодерний класицизм», про що говорить П. Козловські [2]. Як ця стадія буде втілена в одязі? В одяг має прийти звернення до стадії авангард–2. Тобто стане актуальним вже розвинутий авангардний принцип деструкції або логіка прямого кута, що визначила група «Прозодяг». Іntenції стадії авангард–3, або трансавангарду, можна побачити вже в неокласиці сталінського зразка і зазначити як еkleктику, стадію перед–постмодернізму. Адже виникає тотальна еkleктика постмодерного типу, що асимілює сталінську еkleктику як регіональну настанову формотворення.

Висновки. У тоталітарній та посттоталітарній моді ми бачимо цікавий перифраз західної моди, де сукні скорочуються, але драпірувальний мотив підвищується, і певною мірою ідеал, ідеальний одяг стає більш значущим, тобто презентативно–скульптурним. Перший етап формування так званої радянської моди, хоча ми вважаємо, що цей термін є некоректним, позначався простим цитуванням архетипів західної моди: широкі плечі, звужена талія і довгі сукні, але у скороченому варіанті. Відмінність полягала лише в тому, що вводилася надмірна орнаментация, яка відповідала орієнтації на демократизацію одягу. Якщо на перших кроках індустріалізації модної індустрії можна побачити образ жінки маскулінного типу, яка поруч з чоловіком починає буквально утворювати новий світ заступом, біля трактора, з транспарантами в руках, то згодом змінюється сама риторика візуальних трансформацій комунікацій.

Репрезентативізм, еkleктика, більше того, запозичення в модному універсумі посттоталітаризму – це вже певною мірою елементи, які несуть в собі постмодерну естетику

й поетику. Втім естетика виглядає еkleктичною, а поетика імперативною, що не осмислюється і не контролюється. Цей імперативний, тоталітарний поштовх моди був м'яким аналогом політичної влади. Жінка була якщо не «надлюдною», за Ф. Ніцше, то у всякому разі презентувала в собі певний ідеал.

Тотальна еkleктика в одязі постмодерного типу – це цікавий період, який в пострадянському просторі визначається тими пошуками, алюзіями що виникають в контексті постнонконформізму із достатньо складних запозичень західної поетики. А також їх обробок в контексті автентичних пошуків національної структурної гармонії, зокрема в музиці і етнокультурних ремінісценціях в одязі й архітектурі. Деконструкція та авангард поєднуються в архітектурі (деконструкція розуміється як переробка авангардних проєктів), так само вони поєднуються і в моді, що призводить до переробки авангардних проєктів в моді. Зокрема, проєктів групи «Прозодяг». Цю проблематику ми визначаємо як стратегію розвитку моди у ХХІ столітті.

Список використаних джерел

1. Ермилова Д. Ю. История домов моды / Д. Ю. Ермилова. – М.: АСАДЕМА, 2003. – 288 с.
2. Козловски П. Культура постмодерна / Петер Козловски. – М.: Республика, 1997. – 240 с.
3. Легенький Ю. Г. Философия моды XX столетия / Юрий Григорьевич Легенький. – К.: КНУКіМ, 2003. – 300 с.
4. Шандренко О. М. Виртуальні образи моди: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства: спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури» / О. М. Шандренко. – К., 2008. – 19 с.

References

1. Ermilova D. Ju. Istorija domov mody / D. Ju. Ermilova. – M.: ASADEMA, 2003. – 288 s.
2. Kozlovski P. Kul'tura postmoderna / Peter Kozlovski. – M.: Respublika, 1997. – 240 s.
3. Legen'kij Ju. G. Filosofija mody XX stoletija / Jurij Grigor'evich Legen'kij. – K.: KNUKіM, 2003. – 300 s.
4. Shandrenko O. M. Virtual'ni obrazy mody: avtoref. dys. ... kand. mystectvoznavstva: spec. 26.00.01 «Teorija ta istorija kul'tury» / O. M. Shandrenko. – K., 2008. – 19 s.

Капитоненко О. М., research, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), a321831@gmail.com

Post-modern fashion trend of post-communist society

Postmodernism and post-communism correlate to some extent as realities that came «after». This post-reality is of a great interest, as it is running to its end at the very moment. What is more, it is possible to say that a new period has already started and it is named as postmodernism, which certainly has its special features within post-soviet realms, or is it just a projection of the western culture into eastern. These are ambiguous realms that can be defined authentically as the essence lies in the fact that events that took place in fashion and culture of Soviet Union in general, were almost identical to the ones happening in the Western world.

Keywords: postmodernism, fashion, post-communism, post-soviet realms.

Капитоненко А. М., соискатель, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова (Украина, Киев), a321831@gmail.com

Постмодернистские интенции моды посткоммунистического общества

Постмодернизм и посткоммунизм в определенной мере коррелируют как реалии, которые осуществились «потом». Эта пост-реальность является чрезвычайно интересной, она сейчас приближается к своему концу: уже можно говорить, что возник следующий период – постпостмодернизм, который, конечно, имеет особенные черты в постсоветском пространстве, или он является лишь проекцией интенций западной культуры в восточной. Это неоднозначные реалии, которые можно определить аутентично, ведь сущность заключается в том, что в моде, культуре в целом Советского Союза происходили процессы, которые почти идентично повторяли те реалии, которые осуществлялись в западном регионе.

Ключевые слова: постмодернизм, мода, посткоммунизм, постсоветское пространство.

* * *