

ТІЛО ЛЮДИНИ В ПРОСТОРІ КОМУНІКАЦІЙ: ОБРАЗИ СУЧАСНОЇ МОДИ

У статті проаналізовано феномен тіла на різних етапах культурно-історичного існування людини в моді та в просторі комунікацій. Розглянуто дизайн і технологію здійснення моди в комунікаційному просторі, її зв'язок з культурою та комунікаціями.

Ключові слова: феномен, комунікації, дизайн, біомеханіка руху, мода, флеш-імідж, тіло моди.

В статье проанализирован феномен тела на разных этапах культурно-исторического существования человека в моде и пространстве коммуникаций. Рассмотрены дизайн и технология осуществления моды в коммуникативном пространстве, её взаимосвязь с культурой и коммуникациями.

Ключевые слова: феномен, коммуникации, дизайн, биомеханика движения, мода, флеш-имидж, тело моды.

The article analyses the phenomenon of human body at the different stages of cultural and historical existence of individual in fashion, space of communication. The author studies design and technology of fashion implementation in communication space, their interrelation with culture and communications.

Key words: phenomenon, communication, design, biomechanics of movement, fashion, flash image, fashion body.

На будь-якому етапі культурно-історичного існування людини в моді домінує бачення космологічного розуміння людини, її тіла в просторі комунікацій, що стає образами (флеш-іміджами) вимірювання тілесних практик культури.

Феномен тіла людини в просторі комунікацій має константну будову, утворює навколо себе антропоморфний та комунікаційний простір формотворень моди. Тіло в контексті комунікації моделює біомеханіку руху людини. Сама ця «механіка», починаючи від визначень Л. Манфорда тіла як мегамашини в Давньому Єгипті, доживає до ХХІ ст., коли людина як мегамашина репрезентує жестикулярний апарат, культурні коди, відзнаки кінетики та формотворчі можливості тіла. Усе це набуває актуальності в просторі комунікації. Тілесні практики в контексті дизайну, простору комунікацій моди стають константою, регулятивом бачення дизайну [5, 7].

Таким чином, модельна реальність простору комунікацій як риторична дійсність, трансформація, модуляція образів тіла дає можливість збільшити конфігураційні ознаки модельного тезаурусу – механізму конструювання. Антропологічна конфігурація, біомеханічні ознаки можливостей самоздійснення людини стають актуальними для реконструювання формотворчості в просторі культури сьогодення.

Тілесна самоідетичність є наскрізною константою моделювання в просторі світової та сучасної культури людини. Поняття «самоідетичність» можна характеризувати як психологічне, культурологічне, формотворче, а також комунікаційне. Тобто

самоідентичність людини відбувається в контексті тілесних практик як самоздійснення людини в певному образі тіла та просторі. Так, феноменологія винесла на перший план трансформативну сутність ідентичності людини та світу, яку вона вбачає за допомогою редукації світу. Це радикальна трансформація ідентичності людини та світу, позбавлена багатьох ознак [7, 3].

Тілесність у комунікаційному просторі – не натуральна ознака, це певний симбіоз культурних практик, пов'язаних із культивуванням дисциплінарних практик тіла, самовизначенням ідеалу тілесності в просторі комунікацій. Метафізика тілесності як світоглядні концепти та ейдетика моди присвячена вивченню світоглядних засад та образних конфігурацій у різних обрядах її самовизначення. «Тіло моди» – концепт, у якому тілесна ідентичність виступає у вимірі соціалізації індивіда в моді. Соціалізація – це одна з найперших ознак комунікаційного простору [3].

Дисциплінарні практики – це більш пізні надбання моди, а сама термінологія належить філософії культури, що походить від М. Фуко. Поруч із дисциплінарними практиками відзначають «репресивну практику»: репресія тіла – це не тільки дисциплінування, його впорядкування до певного ідеалу, а певні тортури, що йдуть від вимог осередку, зовнішніх завдань.

Тіло в просторі сучасних комунікацій існує як редуковане, що репрезентує бажання. Тіло позбавлене власних атрибутів: воно – просторово-комунікаційне і є знаковою системою. Таким чином, здійснюється трансформація тілесності, тілесних практик як комунікативних засобів, які стали нав'язливими й агресивними за допомогою іміджевої інформації, що виходить у зовнішній простір з рекламою.

Сфера дизайнерської діяльності, пов'язана з тілом людини в просторі комунікацій, створює світ, у якому домінує технологія. Технологічна парадигма дизайну є феноменом культури індустріального суспільства. Технодетермінізм, імперативи виробництва вживаються з ідеями життя та засобами дизайну. Ці мотиви можливо побачити ще у В. Гропіуса, Ле Корбюз'є. Книга Д. Нельсона «Проблеми дизайну» дає уяву про ґрунтовний аналіз дизайну художником-практиком [2, 12].

Тілесні трансгресії Нового та Новітнього часу – це вже термінологія постмодерного зразку, яка була відомою на початку ХХ ст. Про трансгресію згадує М. Бахтін, який зауважує трансгресивну реальність естетичного акту, що здійснюється, мов входження в іншу людину, оточену баченням іншої особистості. М. Бахтін аналізує «трансцендентне» як засадничий принцип естетичного акту. Саме в Новий та Новітній час людина починає утворювати навколо себе трансформативний, комунікаційний простір. Конструктивно-будівні ідеї культури Нового часу прокламували атомізм, який спричинив нинішню монадність світобачення.

Постмодерн увійшов у моду дуже рано. Наприкінці ХХ ст. мода мімікрує з космологічного рівня входження в соціум, стає локальною «резервацією», локальним образом світу чи «острівною онтологією», за Е. Мореном [11, 8]. О. Гомілко зауважує, що одним із кардинальних визначень феноменології як філософії є те, що через неї здійснюється розуміння людиною самої себе, як такого буття, що розкриває свої основи. Мова йде про опікування людини власним буттям чи її намагання визначити буття, так як воно представлене в її свідомості. Важливо зазначити, що дизайн дає

можливість виявити спосіб здійснення кожною окремою людиною свого буття, за Гуссерлем та М. Гайдеггером. Філософія розуміється не лише як спосіб розуміння людського буття та світу, а і як спосіб трансформації, конституювання способу буття в діяльності людини [3, 7].

Філософія трансцендентального феноменологічного напрямку виникає в ХХ ст. На зміну модерну приходить авангард. Домінує деструкція у філософії, культурі, але й виникає трансформативна естетика та етика. Трансформативний етос, де тіло, що є гарантом самоідентичності трансформується, в зображувальних практиках, стає розчленованим на шматки. Це тіло кубізму, фонізму, футуризму, що виражається в певних алюзіях сюрреалізму тощо.

Трансгресивне тіло моди має багато різних ейдосів, брендів, симулякрів, заповнює простір комунікації. Деконструкція в постмодерні є вищим визначенням трансгресії, коли тіло «розбирається» та «збирається». Японський дизайнер Р. Ковакубо запровадила моделі, які спочатку виглядали як епаж, а потім до них звикли, їх стали розглядати як певний флеш-імідж. Це зміна силуету фігури людини за допомогою повітряних пустот. Силует підкреслюється тим, що в нього вводиться зовнішня орнаментация. Цей занадто трансформаторний, незвичний хід, який призвів до того, що тіло людини асоціюється з певним механізмом, машиною, що може змінювати свої ознаки за допомогою збільшення чи зменшення силуетних ознак тіла [5, 7, 10].

Р. Ковакубо створила багато концептів-інсталяцій, що демонструють образи реконструкції. Таким чином, трансформативність моди як космологічні адекватії, як авангардне тіло, що існує на терені концептуального, авангардного метафізичного вчинку маніфестується кубізмом, динамікою розгорнутого простору руху.

Комунікаційний простір, пов'язаний з дизайном, розуміється так: якщо мода – це те, що свідчить про існування предметних реалій, речовинного світу, то дизайн – процес створення речей, які стають предметами. Так, у сьогоденні тіло часто аномальне, деструктуроване. Більше того, можливо розшукати багато таких алюзій, як тіло без органів за Арто, тіло як «ризом», деструктурований мультиверсум. Але тіло залишається за своїми конститутивними ознаками тим самим, яким воно було в Єгипті. Ми маємо можливість побачити тіло як його презентацію, особистість, обличчя, речовинність як таку [7, 9].

Отже, у сучасному проектуванні одяг розглядають не як об'єкт кравецької майстерності, а як образ світу чи комунікаційного простору. Дизайнер бере на себе змогу трансгресії, моделювання, трансформації реалій одягу. Мода відповідає темпоральностям, тому часові, в якому живе дизайн одягу. Мода та дизайн – різні реалії, але тіло людини їх об'єднує.

Література

1. Барт Р. Система моди. Статті по семиотике культуры / Р. Барт: пер. с. фр. С. Зенкина. – М. : Издательство имени С. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Глазычев В. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе / В. Глазычев. – М. : Искусство, 1970. – 517с.
3. Гомілко О. Метафізика тілесності: концепт тіла у філософському дискурсі / О. Гомілко. – К. : Наукова думка, 2001. – 338 с.

4. Ермилова Д. Ю. История домов моды [уч. пос.] / Д. Ю. Ермилова. – М. : Академия, 2004. – 288 с.
5. Легенький Ю. Г. Система моды: культурология, эстетика / Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко. – К. : Легпромбытиздат, 1991. – 416 с.
6. Легенький Ю. Г. Метаистория костюма / Ю. Г. Легенький. – К. : 2003. – 516 с.
7. Легенький Ю. Г. Философия моды XX столетия / Ю. Г. Легенький. – К. : 2003. – 417 с.
8. Легенький Ю. Г. Історія дизайну : навч. посіб. / Ю. Г. Легенький. – К. : Вища школа, 2006. – 560 с.
9. Легенький Ю. Г. Дизайн одягу : навч. посіб. / Ю. Г. Легенький. – К. : КНУКіМ, 2008. – 374 с.
10. Moda и стиль: современная энциклопедия / под ред. В. А. Вологодина. – М. : Аванта, 2002. – 482 с.
11. Морен Э. Утраченная парадигма: Природа человека / Эдгар Морен. – К. : КАРМЭ-СИНТО, 1995. – 222 с.
12. Нельсон Д. Проблемы дизайна / Д. Нельсон. – М. : 1971. – 413 с.
13. Ткаченко Л. П. Moda як естетичний феномен: автореф. на здобуття канд. філос. наук / Л. П. Ткаченко; Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди НАН України. – К., 1999. – 17 с.
14. Шандренко О. М. Віртуальний світ моди от кутюр / О. М. Шандренко // Мистецтвознавчі записки: [зб. наук. пр.]. – К. : Міленіум, 2008. – №14. – С. 143–150.