

УДК 687.016

Леонова К. І.

Київський національний університет
культури та мистецтва

ВПЛИВ ЕСТЕТИКИ ПОСТМОДЕРНІЗМУ НА ХУДОЖНЬО- СТИЛЬОВІ ТА ПЛАСТИЧНО- ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ОДЯГУ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Леонова К. І. Вплив естетики постмодернізму на художньо-стильові та пластично-образні особливості дизайну одягу початку ХХІ століття. Розглядається специфіка художніх аспектів дизайну одягу на початку ХХІ століття в контексті постмодернізму та його подальшої еволюції у метамодернізм та цифромодернізм. Аналізуються наукові підходи до осмислення постмодернізму та постпостмодернізму, уточнюються поняття постмодернізму та цифромодернізму, визначаються постмодерністські принципи створення художніх образів та їх застосування в дизайні одягу, досліджується вплив постмодернізму на художньо-стильові та пластично-образні особливості модного одягу. Виявляються приклади об'єктів дизайну в стилістиці постмодернізму, неоромантизму, гіперреалізму та цифромодернізму, які найяскравіше проявилися в колекціях провідних фешн-дизайнерів кінця ХХ — початку ХХІ ст.

Ключові слова: дизайн одягу, постмодернізм, цифромодернізм, дизайн початку ХХІ століття, ретроспекція.

Леонова К. И. Влияние эстетики постмодернизма на художественно-стилевые и образно-пластические особенности дизайна одежды начале ХХІ века. Рассматривается специфика художественных аспектов дизайна одежды в начале ХХІ века в контексте постмодернизма и его дальнейшей эволюции в метамодернизм и цифромодернизм. Анализируются научные подходы к осмыслению постмодернизма и постпостмодернизма, уточняются понятия постмодернизма и цифромодернизма, определяются постмодернистские принципы создания художественных образов и их применение в дизайне одежды, исследуется влияние постмодернизма на художественно-стилевые и образно-пластические особенности модной одежды. Приводятся примеры объектов дизайна в стилистике постмодернизма, неоромантизма, гиперреализма и цифромодернизма, которые наиболее ярко проявились в коллекциях ведущих фэшн-дизайнеров конца ХХ — начала ХХІ века.

Ключевые слова: дизайн одежды, постмодернизм, цифромодернизм, дизайн начала ХХІ века, ретроспекция.

Leonova K. Y. The postmodern aesthetics impact on the plastically-shaped features of clothing design at the beginning of the ХХІ century.

Relevance. Postmodernism is a general definition of stylistic trends in the end of the ХХ-th century culture. It shows the crisis of ideological thinking and skepticism about the social role of art and contributed to the spread of subcultures, aesthetic mutations, large diffusion of styles, eclectic mixing of artistic languages. At the beginning of the ХХІ century postmodernism has not lost its importance, it's post-aesthetic principles define the work of artists in many areas, including the clothing design. Therefore, the scientific study of this question has important theoretical value for systemic understanding of the processes occurring in the artistic culture today. The practical significance of this exploration is determination of principles and guidelines, which can use designers in the development of fashion collections.

Background. In recent years, postmodernism was studied by many philosophers, sociologists and art historians, but its specificity in the clothes design is not studied enough. In the background of this research are the works of J. Kristeva, J. Lipovetsky, N. Mankovskaya, N. Rayli, M. Kovryzhenko, J. Nasedkina, M. Melnyk, O. Shandrenko. In the analyzed sources described different manifestations of postmodernism, but they almost did not consider the impact the postmodern's aesthetics at the clothes design styles and shapes, so that defines the purpose of this study.

Objectives. The objectives of this study are to determine the concept of postmodernism and reveal its specific in fashion design, to analyze the impact of postmodernism on fashion trends and determine its further evolution in the contemporary design practices.

Methods. To perform the tasks of this research the general scientific methods of analysis and synthesis, comparison and interpretation of designer collections were used.

Results. The results of the research support the idea that at the beginning of the ХХІ-st century postmodernism remains a dominant aesthetic trend. It brings into artistic activities metaphors, semantic vagueness, game, frequent use of quotations and historical allusions, free attitude toward history. All this is evident in the fashion design.

Retrospective becomes the postmodern way to create a new expression. At the 2000–2015 the cyclic “returning” of the twentieth century decade's styles become a normal direction of fashion. Fashion becomes a kind of “cultural nomadism”. Vivienne Westwood, John Galliano and many other designers combined both the historical reverence for the past with its ironic interpretation. Postmodernist designers led to an ironic attitude toward traditional values of fashion. Such irony becomes the original creative method, used in practices of many leading fashion designers and brands.

According to the spirit of postmodernism, fashion designers at the beginning of the ХХІ century beat gender stereotypes, offering feminization of male fashion: “female” colors, materials, drawings and prints, accessories. Fashion «gender blending»

attracted considerable attention of the media, promoting the new type of sexuality — ambisexuality. Such mixing of the unisex and androgen styles appears in last collections of Gucci, Saint Laurent Paris, Rick Owens, Loewe, J. W. Anderson, Craig Green, Acne Studios, Rory Parnell-Mooney, MSGM and other brands.

At the beginning of XXI-st century, postmodern principles of freedom causing some chaos in the design of clothing, because it led to unprecedented number of trends proliferation with mixing of different styles, seasons, ranks of clothes, real and virtual images.

The spread of the Internet has changed the treatment of many culture spheres, eliminating the binary opposition of “real-imaginary” and creating a fundamentally new medium — virtual. Internet and new technologies sets the new direction for further evolution of the postmodernism into the digimodernism. Other alternatives of postmodernism evolution are neo-romanticism and hyperrealism. After postmodern ironic game of the past, all this directions gives some hope for the future: the belief that fashion can change people’s lives, that there will be many innovations and discoveries in the future (belief in the “better future”, rather than postmodern “better past”).

Fashion designers actively use modern digital technology and electronic hardware in their works: computer displays, plasma panels, projection equipment and so on. In the virtual world the objects of design can be the “virtual clothes”, 3-D and flash-models, digital photos, videos, collages etc. All that expands the field of design, involves the new means of expression and changes forms and functions of design facilities. It is radically new aesthetic — vanguard of the XXI century, based on hybridizations of fashion design and digital art with science and technology.

Conclusions. We conclude that at the beginning of the XXI century the paradigm of fashion design has undergone significant changes that have been caused by many scientific, technical and socio-cultural factors. The aesthetics of postmodernism has not lost its relevance, defining the quotations, retrospective, friskiness, irony, parody as the creating principles for many fashion designers. This has resulted as the erosion of ranked classes in the fashion design (mass fashion, prêt-à-porter, Haute Couture), playing with the ratio between male and female, eclectic mixing of different styles and spreading of the kitsch. Along with postmodernism in the early twenty-first century new trends of fashion design develops in the context of the metamodernism and the digimodernism. The first appears in distributing two opposite trends — the neo-romantic “high sewing” and hyperrealist normcore. However, the most accentuated changes of the postmodernism set the computer virtual reality, which expanded the boundaries of artistic space, transformed form and function facilities, changed the role of the fashion design subject. This area, called digimodernism is one of the most promising for further researches in the field of fashion design.

Keywords: fashion design, postmodernism, digimodernism, neo-romanticism, design of the XXI century, retrospection.

Постановка проблеми. Постмодернізм (від «пост» та «модернізм») — термін, який увійшов у вжиток наприкінці ХХ ст. як загальне означення стильових течій в художній культурі, що виникли в умовах наростання загальної кризи ідеологічного мислення та скепсису щодо суспільної ролі мистецтва [1: 108]. Його виникнення пов’язують із соціокультурними кризовими явищами другої половини ХХ століття: молодіжними бунтами 1960-х, протестами проти війни у В’єтнамі, «холодною війною» та посиленням ядерної загрози. Усе це засвідчило, що культура модерну вже не відповідала реаліям часу, і спричинило зміну як суспільних, так і індивідуальних цінностей, сприяло виникненню й поширенню субкультур. А з художньої точки зору постмодернізм характеризувався естетичними мутаціями, дифузією великих стилів, еkleктичним змішуванням художніх мов [5: 350–351].

Актуальність наукового осмислення впливу постмодернізму на художньо-стильові та пластично-образні особливості сучасного дизайну одягу визначається тим, що у художніх практиках початку ХХІ століття постмодернізм не втратив свого значення: постестетичні принципи визначають творчість митців у багатьох галузях, в тому числі й у дизайні одягу. Тому наукове дослідження цього питання має важливе теоретичне значення для системного розуміння процесів, що відбуваються в художній культурі сьогодення. **Практичне значення** даної розвідки — визначення принципів та орієнтирів, якими можуть послуговуватися дизайнери при розробці колекцій модного одягу.

Аналіз останніх досліджень. Постмодернізм досліджувався багатьма філософами, соціологами, мистецтвознавцями, проте його специфіка в дизайні одягу на сьогоднішній день вивчена недостатньо. Ще в 1967 році французький філософ, дослідниця лінгвістики й семіології, Ю. Крістева висунула ключову для постмодернізму концепцію інтертекстуальності: діалогічні взаємозв’язки між текстами, які будуються як мозаїка цитат. Вчена акцентувала, що одяг набуває соціокультурного сенсу завдяки описам і мода — це опис одягу. Структура мови, керованої принципом каузальності, наділяючи «одяг системою функціональних опозицій», виконує пізнавальну та інформативну функції і фінітизм (будучи еmfатичною своєю дискретністю, мова організовує описуваний одяг через ряд «виборів» і «ампутацій») [4: 101].

Естетику модерну розглядає французький філософ Ж. Ліповецьки, у своїй праці [6] він відслідковує еволюцію моди від привілею вищих класів до засобу загальнодоступного вираження, пов’язуючи її з демократизацією суспільства, але підкреслює, що індивідуалізація та персоналізація постмодернізму десоціалізують людей. У перенасиченому інформацією суспільстві, на думку вченого, не лише одяг, а й сам індивід втрачає свою значу-

щість, оскільки вони захоплені процесом прискореної зміни мод [6: 156–16].

Слушним є твердження Ліповецьки про те, що в період постмодерну мода пропонує забагато позбавлених новизни варіантів вибору — це знижує їхню символічну цінність. На думку філософа, за таких умов мода стає просто зайвим приводом для гумористичного погляду на життя та усуває все, що нагадує про серйозне, тобто в дизайні одягу «епоха гумору змінила епоху естетики» [6: 221].

Серед базових досліджень художніх аспектів постмодернізму чільне місце займають праці російського філософа Н. Б. Маньковської. Вчена аналізує естетику постмодернізму як феномена культури, розглядаючи його ключові методологічні аспекти. Дослідниця піднімає питання співвідношення модернізму, постмодернізму та постпостмодернізму, обґрунтовує постмодернізм як неklasичну естетику кінця XX — початку XXI століття [7].

Одне з найчіткіших визначень постмодернізму в контексті дизайну подано в книзі під редакцією британського дизайнера Н. Райлі [11]: «Постмодернізм — художній напрям 1970-х і 1980-х років, що почався як реакція на Модернізм, пропагував використання яскравих барв, декоративних елементів минулого і теперішнього» [11: 516]. При цьому зазначається, що саме слово «постмодернізм» було введено в теорію дизайну ще 1949 року, і його дефініції доволі широко варіюються. Серед ознак постмодернізму в дизайні виділяються еkleктизм, компромісність, невпорядкованість, багатолікість, суперечливість і багатозначність об'єктів. Спочатку в постмодернізмі дизайнери вбачали радикальну зміну, яка відкриває нові експресивні можливості, але вже у 1980-х його сприймали лише як вираження втрати актуальності модернізму. До кінця XX ст., на думку Райлі, радикальні погляди постмодерністів стали експонатами консервативних музейних колекцій та виставок, тобто втратили свою шоковую виразність [11: 482–485].

Через призму постмодернізму моду розглядає російський історик М. Ковриженко у своїй монографії, присвяченій семіотиці рекламних повідомлень [2]. Вчена аналізує естетичні принципи, сформовані художньою культурою постмодернізму, визначає її ознаки й специфіку їх втілення в моді. Дизайн одягу дослідниця розглядає як поєднання форми та змісту і доводить, що мода, завдяки рекламі, створює віртуальну реальність, символізує та абсолютизує предмети гардеробу, формуючи асоціативні зв'язки між ними та бажаннями споживачів [2].

Російська дослідниця Ю. Наседкіна у своїй статті «Основні категорії естетики постмодернізму та їх втілення в сучасній моді» акцентує на тому, що базисні категорії естетики постмодернізму — цитатність, інтертекстуальність, фрагментарність, невизначеність, плюралізм, полістилізм, еkleктика, пародійність, іронія, деконструкція. На її думку, в сучасному дизайні одягу помінялися аспекти оцін-

ки продукту: замість критеріїв смаку, міри, гармонії цінуються винахідливість, дотепність, фантазія [9].

Серед вітчизняних дослідників прояви постмодерну в моді кінця XX — початку XXI століття розглядали М. Мельник, О. Шандренко, Ю. Корнієнко.

Мистецтвознавець О. Шандренко у своїй статті [9] акцентує, що в культурі постмодернізму чільне місце зайняла проблема проявлення власної індивідуальності, за рахунок міжсуб'єктних стосунків. Культура такого типу визначається множинністю дрібних спільнот: статевої, вікової, сімейної, професійної. Саме таке суспільство активно породжує різні стилі в одязі, де не існує єдиного усталеного стилю. На думку дослідниці, завдяки цьому виникають так звані субстилі — вузькі напрямки в моді, в яких здійснюється ідеологічне прагнення певної спільноти і які приймаються лише окремими групами [12: 80].

У статті «Художні прийоми моди постмодернізму» мистецтвознавець М. Мельник акцентує на плюралізації та демократизації моди постмодерну, послабленні позицій *Haute Couture*, цитатності та ігровому гумористично-іронічному ставленні до дизайну одягу з боку багатьох провідних кутюр'є кінця XX століття. Вчений робить висновок, що в постмодернізмі «мода переходить в іншу площину і вимагає вражати не стільки силуетами і художніми образами, скільки символами», а відповідно, дизайн одягу потребує «надбудови додаткових смислів над речами» [8: 66].

Ю. Корнієнко у своїй статті, присвяченій антропологічним вимірам моди та дизайну [3], визначає постмодерні адекватності моди та дизайну. Автор розглядає образ людини, її костюма, одягу, зокрема, в просторі культури постмодерну, акцентуючи на необхідності системного підходу до їх вивчення [3: 37–38].

У проаналізованих джерелах описуються прояви постмодернізму в дизайні одягу, але в них практично не розглянуто впливу естетики постмодернізму на художньо-стильові та пластично-образні особливості одягу, не визначено напрямків подальшої еволюції постмодернізму в дизайнерських практиках початку XXI століття — саме це визначає мету даного дослідження.

Основні завдання даної розвідки — уточнити поняття «постмодернізм» та виявити специфіку його прояву в дизайні одягу початку XXI століття, проаналізувати вплив постмодернізму на моду та визначити напрямки його подальшої еволюції в сучасних дизайнерських практиках. Для виконання зазначених завдань в дослідженні застосовуються загальнонаукові методи аналізу та синтезу, прийоми порівняння та інтерпретації візуальних презентацій дизайнерських колекцій (фото- та відеоматеріалів).

Виклад основного матеріалу. До кінця XX століття, ставши чільною естетичною та світоглядною тенденцією, постмодернізм привніс у художню діяльність досить специфічні риси,

насамперед, відмову від звичного апарату логічного і перехід до інтуїтивного мислення, з його підвищеною асоціативністю і метафоричністю, роблячи установку на недомовленість, смислову розпливчастість, гру, часте використання цитат та історичних алюзій, вільне ставлення до історизму [7].

Усе це повною мірою проявилось в моді, для якої характерними стають децентралізація, полістилізм, непередбачуваність, ретроспективність.

Ретроспективність — цитування стилів та елементів костюма минулого — стає постмодерністським способом створення нової виразності. Це простежується в естетиці модного одягу вже починаючи з 1970-х, а в 2000–2015 роках «повернення» стилів декад ХХ століття стає нормою моди. Показовою в цьому відношенні є творчість Іва Сен-Лорана, Вів'єн Вествуд, Жана-Поля Гот'є, Джона Гальяно. При всій відмінності авторських почерків і образних композиційних прийомів, в їхній творчості простежується спільне відсилання до костюма минулих епох, еkleктичне комбінування історичного матеріалу, своєрідний «культурний номадизм» — кочування по різних територіях минулого і сьогодення [9: 83].

Вів'єн Вествуд у багатьох своїх колекціях, поряд із панківським деконструктивізмом, використовує не лише стилістичні елементи, але й конструкції одягу історичних костюмів різних періодів [13]. Свої запозичення з моди минулого Вествуд пояснює так: «Я — прихильниця копіювання. В історії моди не було періоду, в який би люди хоч трохи не віддавали данину минулому. Пробуючи скопіювати метод, ви створюєте свою власну техніку. Я змогла створити силует, який до мене ніхто не міг створити і в майбутньому не зможе, тому що це було узагальнення всього, що я змогла почерпнути в сучасному» [10: 143].

Тобто, як слушно зазначає О. Шандренко, в постмодернізмі дизайнер «комбінує файли історичного архіву», створюючи безмежний постмодерністський монтаж, який надає нові можливості індивідуальних «ідеостилів» [12: 81]. Це повною мірою відображала й творчість Джона Гальяно.

Джон Гальяно як для марки *Christian Dior*, так і для бренда власного імені практично в кожній колекції звертався до костюмів минулих епох, еkleктично комбінуючи історичне з етнічним. «Я вирішив зняти прикриття таємниці з минулого і знову нагадати про нього, але зробити це таким чином, щоб вказати, якою буде мода в майбутньому», — говорив дизайнер [10: 156]. В результаті його дизайн нових сучасних костюмів поєднував одночасно й пошану до історичного минулого, і його іронічні інтерпретації.

До 2010 року, обіймаючи посаду креативного директора найпрестижнішого будинку *Haute Couture*, Джон Гальяно був провідним світовим кутюр'є. Дизайн його одягу відзначався постмо-

дерністською парадоксальністю, асоціативною багатозначністю, курйозністю. Все це повною мірою відповідало «духу часу», викликаючи численні наслідування у дизайнерів та виробників масового одягу по всьому світу. Своєрідний композиційно-комплікативний характер дизайну Гальяно повною мірою відображав інтерпретаційну логіку постмодернізму — гру смислами з використанням іронії, парадоксу, колажу, зі змішуванням багатоманітних архітектонічних систем та породженням певного ефекту «бланнявання».

Постмодерністські ретростилізації стали важливими прийомами дизайну, використання яких дозволило визначати, як репрезентувати сучасне й минуле, що наголошувати, а що замовчувати. Таким чином історія фікціолізувалася, а її наратив втрачав критерії історичної достовірності. В результаті поперемінне чергування ретростилів виражало своєрідний спротив розриву з минулим — з «кращими часами» — з модернізмом.

Модернізм у моді був епохою «диктаторів стилю» — інноваторів, які пропонували революційні зміни. Постмодерністська ностальгія за минулим підживлювалася зневірою в новизні, в можливості і актуальності нових модних «революцій» чи хоча б «реформ». Останнім новатором-реформатором моди був Крістіан Діор у 1950-х, а вже його наступник Ів Сен-Лоран повністю в дусі постмодернізму лише запозичував і «повертав у моду», як, наприклад, жіночий смокінг, популяризований Марлен Дітріх ще в 1930-х, чи куртки бітників, які бунтуюча молодь протиставляла буржуазній моді.

Постмодерністські запозичення й повернення спричинили іронічне ставлення до традиційних цінностей моди, їх вільне тлумачення та навіть висміювання. Як своєрідний творчий метод використовувалася іронія, що переважала у художніх практиках багатьох провідних модельєрів кінця ХХ століття. Наприклад, на висміюванні цінностей моди побудував свій стиль італійський дизайнер Ф. Москіно. Він розшивав вечірні сукні презервативами, надавав нового сенсу класичним предметам одягу за допомогою написів на зразок: «Викинуті на вітер гроші», «Дорогий жакет» тощо. У розпал публічних акцій проти використання натурального хутра, Москіно представив шубу, зшиту з плюшевих ведмедиків, а 1989 року замість показу *Moschino* на подіумі з'явився плакат «Паління й покази мод шкідливі для здоров'я!» — цим жестом дизайнер довів іронізм як смислотворчий принцип постмодерністської моди до повного абсурду [8: 63].

Не менш абсурдними є роботи марки *Moschino* на початку ХХІ століття, вже після смерті її засновника: новий дизайнер Джеремі Скотт присвячує колекції найтривіальнішим речам: «Макдоналдсу», ляльці Барбі, персонажам мультсеріалів, дорожнім знакам. При цьому дизайнер, здебільшого, подає тему буквально, розробляючи модний одяг в стилі карнавальних костюмів. У своїх дизайнер-

ських роботах Джереми Скотт балансує на межі кічу та пародії.

Постмодерністський кітчево-пародійний напрям займає чільне місце у моді початку XXI століття. Дуєт Д. Дольче і С. Габбана пропонує кітчеві версії барокко, Е. Сліман під маркою *Saint Laurent Paris* іронізує над образами рок-зірок 1970-х, а Карл Лагерфельд від колекції до колекції маніпулює впізнаними елементами стилю *Chanel*. У роботах останнього всі знахідки Коко Шанель: костюм з твіду, оздоблення кантами, масивна біжутерія, золоті гудзики з перехрещеними літерами «С», вистібані сумочки на ланцюжку — все стало об'єктом вільної гри. Дизайнер лише змінює їх розміри, пропорції, форми, комбінації. Лагерфельд творить у найкращих традиціях *Chanel*, дбайливо зберігаючи стиль дому та ілюструючи ключову ідею постмодернізму — ідею грайливого ставлення до класики. Висуваючи на чільне місце творчі методи комбінаторики, така гра є важливим художнім прийомом постмодернізму [8: 65].

Цілком в дусі постмодернізму, дизайнери одягу на початку XXI століття обігрують гендерні символи й стереотипи. Протягом історії свого розвитку мода завжди відбивала діалектику єдності та протилежності, протиставлення чоловічого й жіночого. Але до кінця XX століття значно посилилася емансипація жінок, які перебрали до свого гардеробу практично всі атрибути чоловічої моди. Паралельно з цим відбувалася фемінізація чоловічої моди, в якій поширювалися «жіночі» кольори, малюнки і принти, види оздоблення і аксесуари. Серед провідних дизайнерів кінця XX століття фемінні елементи в чоловічому моді найбільш очевидно й активно привносили Вів'єн Вествуд та Жан-Поль Гот'є, пропонуючи чоловічі спідниці, сукні, корсети. Їхні образи не були фешн-мейнстрімом і, здебільшого, сприймалися масами з певною іронією. Але на початку XXI століття постмодерністське зняття опозицій та «змішування статей» (англ. «*gender blending*») стало актуальним прийомом фешн-дизайну.

Одним з тренд-сеттерів «*gender blending*» — після призначення новим креативним директором Александра Мікеле — стала італійська марка *Gucci*. Вже з першої своєї колекції (осінь–зима 2014/2015 року) дизайнер привніс у чоловічі образи багато жіночних елементів: яскравість барв, граційність, витонченість приталених силуетів і форм, крихку чуттєвість в стилі беззахисного естетика-інтелектуала. Атлас, шифон, гіпюр, мережива, банти, аплікації, вишивки в чоловічих образах *Gucci* привернули до колекцій значну увагу масмедіа, популяризуючи новий тип сексуальності — амбісексуальність (англ. *ambi-* «дво-, по обидва боки»). Це фешн-нововведення вже давно використовується в медицині як синонім слова «бісексуальність». З точки зору дизайну одягу, новизна полягає в тому, що амбісексуальність передбачає змішування елементів стилю унісекс та андроген, тобто в додаванні сек-

суальності давно поширеним нейтральним образам унісекс. На сезон весна–літо 2016 такі чоловічі образи з'явилися в колекціях *Loewe, J. W. Anderson, Craig Green, Acne Studios, Rory Parnell-Mooney, MSGM, Rick Owens, Gucci, Saint Laurent* та інших, тобто постмодерністське зняття опозицій та змішування протилежностей залишається актуальним в дизайні одягу на початку XXI століття.

На початку XXI століття постмодерністські принципи свободи та плюралізму призвели одночасного поширення небаченої раніше кількості тенденцій і трендів, спричинивши в дизайні одягу певний хаос: змішалися ознаки різних стилів, статей, сезонів, змінилися рангові групи одягу, реальні й віртуальні образи учасників моди.

Поширення Інтернету змінило онтологічне трактування багатьох сфер культури, дистанціюючи їх від бінарної опозиції «реальне — уявне» та створюючи принципово нове художнє середовище — віртуальне. Це середовище, втілюючи одночасно уявність, потенційність та певну реальність, спричинило не тільки художній, а й глибший — філософський зсув, пов'язаний зі зміною парадигми моди і дизайну одягу як її складової, задавши напрям подальшої еволюції постмодернізму в цифро- чи техно-модернізм. Серед інших альтернатив еволюції постмодернізму можна зустріти поняття «постпостмодернізм» (М. Н. Епштейн, Н. Маньковська) і «метамодернізм» (Т. Вермюлен, Р. Ван ден Аккер), «псевдомодернізм» (А. Кірбі). На нашу думку, три останні напрямки — це лише варіанти постмодернізму, вони ще не сформувалися в окремі світоглядно-парадигмальні концепції і мало проявляються в дизайні одягу. Так, термін «постпостмодернізм» з 1990-х років використовується переважно в літературознавчих дискурсах, «метамодернізмом» позначають неоромантизм та гіперреалізм в живописі, а «псевдомодернізм» сам його винахідник філософ Алан Кірбі замінив на «*digimodernism*» (букв. «цифро-модернізм») [14].

Саме цифромодернізм Алан Кірбі запропонував вважати сучасною парадигмою мистецтва. Одною з найважливіших відмінностей цифромодернізму від постмодернізму є гіперреальність, яка заміщує багато аспектів реального життя — це вже не постмодерністська іронічна гра з минулим, а певні сподівання на майбутнє: частково реактуалізуються модерністські цінності, що ґрунтуються на сподіваннях перевлаштування існуючого світопорядку. Якщо художники і звертаються до минулого, то вже не тому, що вони просто хотіли над ним посміятися (пародія), і не тому, що вони хотіли його оплакати (ностальгія), — для того, щоб там заново побачити майбутнє.

Відповідно до парадигми цифромодернізму, дизайнери заново формулюють наратив, обумовлений і структурований переконанням, що мода може змінювати життя людей на краще, що в майбутньому буде зроблено багато нововведень і відкриттів

(«краще майбутнє» замість постмодерного «кращого минулого»).

У контексті цифромодернізму важливою особливістю дизайну одягу є матеріальність останнього, відповідно до його функціонального призначення — огортати тіло людини. Але дизайнери одягу активно використовують у своїй творчості сучасні цифрові технології та електронні технічні засоби: комп'ютер, дисплей, плазмові панелі, проекційну апаратуру тощо. У віртуальному світі об'єктом дизайну може бути й «віртуальний одяг», 3-D і *flash*-моделі, цифрові фото та відео, колажі. Тобто розширюється поле дизайнерської діяльності, залучаються нові виразні засоби (як, наприклад, комп'ютерна векторна і піксельна графіка), змінюються форми й функції об'єктів дизайну.

Наприклад, 2006 року реальний показ Александра Мак Квіна «закривав» вихід 3-D голограми манекенниці Кейт Мосс, а в 2010 році відбулася перша в історії моди 4-D презентація Ральфа Лорена. Це приклади радикально нової естетики — сучасного авангарду XXI століття. Вони демонструють нові горизонти креативної синестезії, варіанти гібридизації дизайну одягу та цифрового мистецтва з наукою і технологіями.

Слід зазначити, що, хоча і меншою мірою, ніж цифромодернізм, в дизайні одягу на початку XXI століття також поширилися і напрямки так званого метамодернізму: неоромантизм та гіперреалізм.

Неоромантизм проявляється в тому, що, на фоні постмодерністського скепсису, в творчості багатьох дизайнерів помітні ніжні жіночні образи, які відповідають критеріям традиційної естетики. У першу чергу, неоромантиками можна вважати лівійських кутюр'є Елія Сааба, Зухейра Мурада, Жоржа Хобейку, Жоржа Чакра. Вони створюють одяг за традиційними технологіями *Haute Couture* без постмодерністських цитат та іронії. З точки зору художніх чи пластично-конструктивних характеристик дизайну, їхній одяг не інноваційний, він поза сезонними тенденціями євро-американської моди, але відповідає потребам близькосхідного та азійського ринків.

Гіперреалізм можна вважати протилежним до неоромантизму напрямком, оскільки замість «високої моди», його прихильники наголошують на модності вуличного буденного одягу. Це так званий нормкор (від англ. *normal* — «звичайний» та *core* — «серцевина»). Якщо в постмодернізмі стиль «кежуал» сприймався як своєрідний іронічний виклик гламурній моді, то нормкор — це прагнення не кидати викликів, взагалі не виділятися, а бути «як усі». На відміну від неоромантизму, цей напрям дизайну більш поширений в євро-американській моді.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, можемо зробити висновки, що у порівнянні з попередніми періодами, художньо-проектна парадигма дизайну одягу на початку XXI століття зазнала значних змін, які були спри-

чинені багатьма науково-технічними та соціокультурними факторами. Естетика постмодернізму не втратила своєї актуальності, визначаючи принципи створення художнього образу для багатьох фешн-дизайнерів: цитатність, ретроспективність, грайливий характер, іронія, пародія. Результатом цього стало розмивання рангових груп в дизайні одягу (*mass fashion*, *prêt-a-porter*, *Haute Couture*), гра зі співвідношенням між чоловічим та жіночим, еkleктичне поєднання різних стилів, поширення кітчю.

Паралельно з постмодернізмом на початку XXI століття нові напрями дизайну одягу розвиваються в контексті метамодернізму та цифромодернізму. Перший проявляється в поширенні двох протилежних тенденцій — неоромантичного «високого шиття» та гіперреалістичного нормкору. Проте найбільш акцентований напрям зміни постмодернізму задала віртуальна комп'ютерна реальність, яка розширила межі художнього простору, трансформувала форми та функції об'єктів, а завдяки інтерактивним технологіям змінила роль суб'єкта дизайну одягу. Цей напрям, який отримав назву «цифромодернізм», на нашу думку, є одним з найперспективніших для подальших досліджень у галузі дизайну одягу.

Література:

1. Безклубенко С. Д. Мистецтво: терміни та поняття [енцикл. вид.: у 2 т.] / Сергій Безклубенко. — К.: Ін-т культурології Акад. мистецтв України, 2011. — Т. 2: М-Я. — 248 с.
2. Ковриженко М. Креатив в рекламі / Марина Ковриженко. — СПб.: Питер, 2004. — 253 с.
3. Корнієнко Ю. В. Антропологічні виміри моди та дизайну постмодернізму / Ю. В. Корнієнко // Культура і сучасність: альманах. — К.: Держ. акад. кер. кадрів культури і мистецтв, 2009. — № 1. — С. 34–38.
4. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Юлия Кристева. — М.: РОССПЭН (Российская политическая энциклопедия), 2004. — 656 с.
5. Лексикон неокласики. Художественно-эстетическая культура XX века / Под ред. В. В. Бычкова. — М.: РОССПЭН (Российская политическая энциклопедия), 2003. — 607 с.
6. Липовецкий Ж. Империя эфемерного: мода и ее судьба в современном обществе / Жиль Липовецкий. — М.: Новое литературное обозрение, 2012. — 335 с.
7. Маньковская Н. Б. От модернизма к постмодернизму via постмодернизм [Электронный ресурс] / Н. Б. Маньковская // Коллаж-2: Социально-философский и философско-антропологический альманах. — М.: ИФ РАН, 1999. — С. 18–25. — Режим доступа: http://www.intelros.ru/pdf/Kollag/1999_2/3.pdf. — Назва з екрану.
8. Мельник М. Т. Художні прийоми моди постмодернізму / М. Т. Мельник // Вісник КНУКіМ: зб. наук. праць. — Вип. 13. — С. 61–66.
9. Наседкина Ю. В. Основные категории эстетики постмодернизма и их воплощение в современной моде / Ю. В. Наседкина // Мода в контексте культуры: сб. статей IV науч.-практ. конф. — СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2010. — Вып. 4. — С. 81–87.
10. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры: биографии и творчество знаковых фигур в индустрии моды / Ноэль Паломо-Ловински. — М.: Арт-Родник, 2011. — 192 с.
11. Райли Н. Элементы дизайна. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма / Н. Райли; перевод с англ. А. Анохина. — М.: Магма, 2004. — 544 с.

12. Шандренко О. М. Стиль як презентативно-нормативний вимір комунікації моди [Електронний ресурс] / О. М. Шандренко // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: зб. наук. праць. — Х.: ХДАДМ, 2014. — № 4. — С. 78–82. — Режим доступу: <http://www.art-motion.com.ua/pdf/t2014-04-13-shandrenko.pdf>. — Назва з екрану.
13. Baxendale C. Vivienne Westwood and Postmodern Couture: A Corrupter of Modernism and 'Good Taste'? [Електронний ресурс] / Catherine Baxendale. — Режим доступу: <http://eview.anu.edu.au/burgmann/issue1/pdf/vivienne.pdf>. — Назва з екрану.
14. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond [Електронний ресурс] / A. Kirby // Philosophy Now. A magazine of ideas. — 2006. — Issue 58. — Now/Dec. — Режим доступу: http://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond. — Назва з екрану.
6. Lypovetsky Zh. Ymperyya efemernoho: moda y jeje sud'ba v sovremennom obshchestve / Zhyl' Lypovetsky. — М.: Novoe lyteraturnoe obozrenye (in Russian), 2012. — 335 pp.
7. Man'kovskaya N. B. Ot modernyzma k postpostmodernizmu via postmodernizm [Electronic resource] // Kollazh-2: Sotsyal'no-fylosofskiy y fylosofsko-antropologicheskyy al'manakh. — М.: YF RAN, 1999. — S. 18–25. — Available at: http://www.intelros.ru/pdf/Kollag/1999_2/3.pdf.
8. Mel'nyk M. T. Khudozhni pryomy mody postmodernizmu // Visnyk KNUKiM: Zb. nauk. prats'. — Vol. 13. — P. 61–66.
9. Nasedkina Yu. V. Osnovnye katehoryy estetyky postmodernizma y ykh voploshchenye v sovremennoy mode // Moda v kontekste kul'tury: sb. statey chetvertoy nauch.-prakt. konf. Vol. 4 / SPb. : Yzd-vo SPbHUKY, 2010. — P. 81–87.
10. Palomo-Lovynsky N. Moda y model'ery: byohrafiy y tvorchestvo znakovykh fyhur v yndustryi mody / Noel' Palomo-Lovynsky. — М.: Art-Rodnyk (in Russian), 2011. — 192 pp.

References:

1. Bezklubenko S. D. Mystetstvo: terminy ta ponyattya: entsykl. vyd.: u 2 t. T.2: M-Ya. / Serhiy Bezklubenko. — К.: In-t kul'turolohiyi Akad. mystetstv Ukrainy (in Ukrainian), 2011. — 248 pp.
2. Kovryzhenko M. Kreatyv v reklame / Maryna Kovryzhenko. — SPb.: Pyter, (in Russian), 2004. — 253 pp.
3. Korniyenko Yu. V. Antropologichni vymiry mody ta dyzaynu postmodernizmu / Yu. V. Korniyenko // Kul'tura i suchasnist': Al'manakh, 2009. — № 1. — К.: Derzh. akad. ker. kadriy kul'tury i mystetstv, 2009. — P. 34–38.
4. Krysteva J. Yzbrannyye trudy: Razrusheniye poetyky / Julyya Krysteva. — М.: "Rossyyskaya polytycheskaya entsyklopedyya" (ROSSPEN), (in Russian), 2004. — 656 pp.
5. Leksykon nonklasyky. Khudozhestvenno-estetycheskaya kul'tura KhKh veka / Pod red. V. V. Bychkova. — М.: "Rossyyskaya polytycheskaya entsyklopedyya" (Rosspen) (in Russian), 2003. — 607 pp.
11. Rayly N. Elementy dyzayna. Razvytye dyzayna y elementov stylya ot Renessansa do Postmodernizma / N. Rayly; perevod s anh. A. Anokhyna. — М.: Mahma (in Russian) 2004. — 544 pp.
12. Shandrenko O. M. Styl' yak prezentatyvno-normatyvnyy vymir komunikatsiyi mody [Electronic resource] // Traditsiy ta novatsiyi u vyshchiiy arkhitekturno-khudozhniy osviti, Zbirnyk, no. 4. — 2014. — P. 78–82. — Available at: <http://www.art-motion.com.ua/pdf/t2014-04-13-shandrenko.pdf>.
13. Baxendale C. Vivienne Westwood and Postmodern Couture: A Corrupter of Modernism and 'Good Taste'? [Electronic resource] // Catherine Baxendale. — Available at: <http://eview.anu.edu.au/burgmann/issue1/pdf/vivienne.pdf>.
14. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond [Electronic resource] // Philosophy Now. A magazine of ideas. — 2006. — Issue 58. Now/Dec. — Available at: http://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond.