



УДК 7.06:(391:687):316.7

ОДЯГ В НОМАДИЧНОМУ ДИСКУРСІ СУЧАСНОСТІ

ЛІНЬ Яньвень, ЛАГОДА Оксана

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна
oxanalahoda@gmail.com

Розглянуто зв'язок змін соціальної поведінки сучасників, яка трансформується у специфічний спосіб життя, з формуванням нового соціально-психологічного типу людини «постмодерний номад» (Urban Nomad). Показано, що цей процес тісно пов'язаний з питанням втрати ідентичності в її класичному розумінні та з грою різноманітними ідентичностями в умовах сучасності. Встановлено, що одяг номада, як маркер вказаних змін, не обов'язково є «модним». Однак, обов'язково є органічним з його носієм за всіма параметрами: образно-стилістичними, функціональними, конструктивно-технологічними, матеріально-технічними. Встановлено, що для дизайн-практик номадичне бачення одягу стало актуальним вектором розвитку, який надає нові можливості щодо стилізації зовнішності, нові засоби самовираження та самоідентифікації. Номадизм є наслідком і причиною активних змін матеріальної та духовної культури людства, формування в ній нових типів ідентичності (систем духовно-моральних орієнтацій, стратегій розуміння себе і світу, моделей спілкування), які втілюються в одязі.

Ключові слова: *стиль життя, ідентичність, образ номада, дизайн одягу, номадична мода.*

ВСТУП

На межі ХХ – ХХІ ст., які знаменують собою дві різні епохи з їх ідеологіями, модерн і постмодерн, – людська цивілізація зіткнулася з новими формами соціальної поведінки людини. Однією з таких актуальних форм постав номадизм. Як явище, він не лише змінив соціально-психологічний ландшафт суспільної взаємодії та призвів до формування нових стилів життя, але й вплинув на зовнішність людей, на їх споживчі запити, особливо, в одязі.

Модна індустрія, як надзвичайно чуйний до будь-яких змін механізм, відразу відреагувала. Дизайн-практики визначилися з вектором розвитку, який надає такому сучасному соціально-психологічному типу як «постмодерний номад» (Urban Nomad) нові можливості щодо стилізації власної зовнішності, нові засоби самовираження та самоідентифікації. У цих процесах дизайну костюма відведена визначальна роль. Своєю чергою, глобалізаційні процеси, які знаходять відображення в найактуальніших тенденціях сучасності, зокрема, «сталий розвиток» (sustainable development), екологізація свідомості тощо,



також обумовлюють спосіб життя і зовнішній вигляд сучасників. Тому дизайнери активно реагують на них у своїй креативній творчості.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У контексті вище зазначеного, метою є вивчення такого явища як постмодерний номадизм у сучасному суспільстві, його впливу на формування нового соціально-психологічного типу сучасника – урбаністичного номада, який виражається, насамперед, в образно-пластичній стилізації зовнішності.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

В наукових джерелах номадизм окреслено як спосіб (стиль) життя суб'єкта постмодерну, пов'язаного зі стратегією «планетарного кочівництва». Рефлексія умов розвитку номадизму реалізовується у двох взаємопов'язаних напрямках. Насамперед, соціальному, де номадизм розглядають як «крах ідентичності», тобто втрату людиною усвідомлення себе частиною етносу, національності, певної спільноти чи соціальної групи [3]. Суб'єкт почувається «людиною світу». Інший напрямок – онтологічний, де номадизм – це «реакція на зростання швидкостей досягнення мети, яке призводить до нового переживання простору і часу» [1]. Важливо розуміти, що в епоху постмодерну ідентичність перетворилася у своєрідну гру, щоденний спектакль, в якому сценарій постійно змінюється. З. Бауман вважає, що в період модерну проблема ідентичності для людини полягала в тому, щоб її віднайти, набути і зберегти, а в постмодерні вона полягає в тому, щоб «...уникнути фіксації та зберегти свободу вибору» [2, с. 134]. Думка про ідентичність, як проблема, виникає тоді, коли втрачена віра у власну приналежність, місце в цьому світі, стереотипи поведінки і, відповідно, стереотипи в одязі. Загалом, ідентичність – це «критична проекція того, чим хочуть бачити те, що є» [2, с. 135].

Втрата ідентичності стала поштовхом до актуалізації «свободи вибору» і формування «номадичного суб'єкта», який породжує нові цілі. В наш час людина стає номадом не виходячи з дому, оскільки світ втратив свої межі завдяки цифровізації та віртуалізації [4]. Номад постмодерну вимушений «кочувати», щоб надати безцільному топтанню на місці вигляду цілеспрямованого просування. Шлях номада – це шлях від «тут і зараз» до «там і колись», шлях від очікування до задоволення. Трансляція цієї думки на одяг людини і процеси його проектування та виготовлення в індустрії моди вказує на посилення ролі модних трендів, зміна яких відбувається постійно, продумано і сплановано фахівцями, які досліджують запити різних груп споживачів, їх уподобання в межах конкретного стилю життя [5].

Дизайнери вимушені займатися т.зв. адресним проектуванням, яке націлене на вирішення вказаних проблем. Однак, виникають нові проблеми, пов'язані з тим, що втрата ідентичності вимагає заміщення її для суб'єкта чимось особливим і не менш значимим, оскільки кожна людина по своїй природі прагне бути особливою та індивідуальною. Таким чином, в дизайні загострилися питання виокремлення – ексклюзивності дизайн-продукту та його індивідуалізації. Це, наприклад, стало можливим завдяки масовій кастомізації, яка в дизайні набуває все більшої актуальності.



Сучасна ситуація вирізняється тим, що різні соціально-психологічні типи, відповідно, їх спосіб життя, світобачення, естетичні ідеали, різноманітні споживчі запити, сформулювали своєрідну ідеологію «проживання життя», ключовими цінностями якої вважаються: прагнення структурувати світ, органічний зв'язок із оточуючим світом у будь-якій точці земної кулі, прагнення залишити вагомий слід після себе. Водночас, для таких людей гаслом є наступне: «як мені зручно – так я себе й поведжу!» це свідчить про вміння пристосовуватися до будь-яких умов і ситуацій, трансформувати і перетворювати незручності в зручності на власну користь [4]. Іншими словами, у суспільстві номад може грати будь-яку роль, приміряючи на себе маску будь-якого іншого соціально-психологічного типу на час, коли йому це потрібно. Відповідно до цього він може змінювати – стилізувати власну зовнішність, насамперед, завдяки одягу. Його гардероб мінімальний, але компактний, з усім необхідним асортиментом: від білизни до верхнього одягу. Всі речі комбінуються, поєднуються, є взаємозамінними.

У такий спосіб соціальна ідентифікація через стереотипи сприйняття людей, які ведуть певний стиль життя, обумовила розвиток сучасної індустрії моди і дизайну. Одним із ключових трендів стала мода за принципом «*mix and match*» – «змішуй і поєднуй». Номадична мода працює з контрастами, з дисонансом, з прихованими змістами, з руйнацією та зникненням матерії. Це своєрідна «рухома межа» сучасної культури, територія нескінченних експериментів, що робить її максимально віддаленою від традиційного розуміння моди. Речі в гардеробі номада складно назвати модними. Але сам принцип їх поєднання в одному номадичному образі – це модний тренд, заперечити який складно.

В цих умовах постмодерні номади визначають що та як носити, в яких умовах проявлятися самостійно, незалежно від статі, що додатково актуалізує гендерну проблематику, питання маскуліності та фемінності, зокрема, в одязі. Їх коло теж неоднорідне, оскільки є реально подорожуючі номади і віртуально подорожуючі, номади-футуристи і номади-авангардисти, номади-мрійники і номади-антропологи та багато інших. Однак, у всіх них є запит на специфічний комфорт: мало речей в гардеробі, їх багатофункціональність, комфортність, зручність і практичність, колористична нейтральність або, навпаки, виразна контрастність у поєднанні відкритих кольорів, надійний захист (екологічність, водонепроникність і т.п.). В цілому, одяг номада не обов'язково «модний», але обов'язково – органічний з його носієм за всіма параметрами: образно-стилістичними, функціональними, конструктивно-технологічними, матеріально-технічними. Найбільш оригінальними можна вважати образи номадів, які пропонують дизайнери в межах тенденцій постапокаліптичної моди. Власне, вони залишаються найменш дослідженими.

ВИСНОВКИ

Мода проходить свій шлях від впливу субкультур, неформалів, до ідентифікації одягу з видом життєдіяльності людини, а далі – з грою сучасника різноманітними ідентичностями. Якщо наприкінці ХХ ст. мода активно пропагувала «раціональний гардероб», обумовлений подіями в житті людини,



то початок ХХІ ст. став пропозицією вбрання для різноманітних соціально-психологічних типів, одним з яких є «урбаністичний номад». Типологія образів номадів у сучасних дизан-практиках та особливості їх вбрання набувають особливої актуальності та залишаються мало дослідженими. Їх вбрання, яке формується у специфічний спосіб, повинно стати різноаспектним предметом вивчення – від типообразів і асортименту одягу до кольорово-фактурного вирішення та застосованих матеріалів. Дизайну одягу в номадичній моді відкриваються нові горизонти формотворчих і образно-стильових перетворень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Більченко Є. Монокультурна, полікультурна і транскультурна ідентичність: компаративний дискурс. Наук. зап. Серія : Філософія. Острог: Нац. ун-т «Острозька академія». 2009. Вип. 5. С. 64–78.
2. Bauman Z. Postmodern Ethics. L. : Routledge, 1993. 262 p.
3. Горбунова Л. Номадизм як спосіб мислення та освітня стратегія. Стаття І. Онтологічні засади номадичного мислення. *Філософія освіти*. №1-2. 2008. С. 45-60.
4. Дичковський С.І. Дискурси туристичної мобільності в контексті соціокультурних процесів. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Випуск 34. 2020. С. 251-260.
5. Шелупахіна К.М. Інтертекстуальні стратегії формування «нової ідентичності» в умовах транскультури. Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. № 10 (245) травень. 2012. С. 157-163.

LIN Y., LAHODA O.

CLOTHING IN THE NOMADIC DISCOURSE OF MODERNITY

The article examines the relationship between changes in the social behavior of contemporaries, which results in a specific way of life, and the formation of a new socio-psychological type of person "postmodern nomad" (Urban Nomad). It is shown that this process is closely related to the issue of loss of identity in its classical sense and to the play of various identities in the modern world. It is established that nomadic clothing, as a marker of these changes, is not necessarily "fashionable". However, it is necessarily organic with its wearer in all respects: figurative and stylistic, functional, constructive and technological, material and technical. It has been established that for design practices, the nomadic vision of clothing has become a relevant vector of development, which provides new opportunities for styling appearance, new means of self-expression and self-identification. Nomadism is the consequence and cause of active changes in the material and spiritual culture of mankind, the formation of new types of identity (systems of spiritual and moral orientations, strategies for understanding oneself and the world, models of communication), which are embodied in clothing.

Key words: lifestyle, identity, nomadic image, fashion design, nomadic fashion.