

*Лада Прокопович*

**ТЕАТРАЛЬНІСТЬ  
В СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ  
ПРОЯВАХ КУЛЬТУРИ:  
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКЕ  
ДОСЛІДЖЕННЯ**



Лада Прокопович

**ТЕАТРАЛЬНІСТЬ  
В СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ  
ПРОЯВАХ КУЛЬТУРИ:  
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКЕ  
ДОСЛІДЖЕННЯ**

Монографія

Одеса

«Екологія»

2019

УДК 101.1:316

П804

Рекомендовано Вченою Радою Державного закладу  
«Південноукраїнський національний педагогічний університет  
імені К.Д. Ушинського» (протокол № 10 від 30.06.2019 р.)

Рецензенти:

**Є. Р. Борінштейн**, д-р філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

**І. В. Голубович**, д-р філософських наук, професор, професор кафедри філософії та загальногуманітарного знання Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова;

**Н. С. Кораблева**, д-р філософських наук, професор, професор кафедри теоретичної та практичної філософії імені Й. Б. Шада Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

**Прокопович, Л. В.**

П804 Театральність в соціокомунікативних проявах культури: соціально-філософське дослідження : монографія / Лада Прокопович — Одеса : Екологія, 2019. — 336 с.

ISBN 978-617-7046-78-2

**УДК 101.1:316**

Пошуки й осмислення театрального поза межами театру, в соціальній реальності, є актуальним напрямком досліджень у сучасній гуманітаристиці.

В монографії представлені результати багаторічних досліджень театральності соціокомунікативних проявів культури у соціально-філософському аспекті. Міждисциплінарний характер цих досліджень, а також різноманіття їх емпіричної бази роблять монографію цікавою для фахівців з різних наукових галузей, зокрема, культурології, соціології, філософії, соціальних комунікацій тощо.

ISBN 978-617-7046-78-2

© Прокопович Л.В., 2019

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕАТРАЛЬНОСТІ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЯВІВ КУЛЬТУРИ</b> .....	15
1.1. Осмислення театральності буття в дискурсі онтологічних «поворотів» .....	17
1.2. Метафора як інструмент філософського осмислення сутності та форм соціальної реальності .....	28
1.3. Аспекти і підходи в осмисленні театрального в соціальній реальності .....	35
1.4. Концепція театральності соціокомунікативних проявів культури як стратегія філософського осмислення сутності і форм існування соціальної реальності .....	41
Висновки до розділу 1.....	48

<b>Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНЕЗИСУ ТА ПРИРОДИ ТЕАТРУ, ТЕАТРАЛЬНОСТІ, АРТИСТИЗМУ</b> .....	50
2.1. Театр і театральність: витоки .....	50
2.2. Осмислення природи театральності комунікацій в системі «особистість – суспільство – культура» через концепт «маска» .....	58
2.3. Порушення соціальних норм і культурних стереотипів як складова артистизму в «театрі» буття.....	66
Висновки до розділу 2.....	78

<b>Розділ 3. КОНЦЕПТ «ЛЯЛЬКОВИЙ ТЕАТР» ЯК МЕТАФОРА І ЯК МІФОЛОГЕМА В ОСМИСЛЕННІ ЛЮДСЬКОГО БУТТЯ</b> .....	80
3.1. Теорії міфу та міфопоетичний аналіз культурних артефактів у соціально-філософському вимірі.....	81
3.2. Антропogонічна міфопоетика «лялькового театру» буття.....	94
3.3. Філософсько-аксіологічний аспект «лялькового театру» буття.....	104
Висновки до розділу 3.....	112

<b>Розділ 4. ТЕАТРАЛЬНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЙ В ТЕКСТАХ ТА ПОЗА НИМИ</b> .....	114
4.1. Театральність як риса комунікативних функцій фольклорних та літературних трикстерів .....	115
4.2. Художня та соціальна комунікації в «імерсивному театрі» літературної пародії.....	126
4.3. «Театр» наукових містифікацій .....	145

4.4. Народні прислів'я як культурні тексти/сценарії з онтологічно-аксіологічним підґрунтям в «театрі» буття.....	154
Висновки до розділу 4.....	163

<b>Розділ 5. ІМІДЖМЕЙКІНГ ЯК ЗАСІБ ТЕАТРАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ</b> .....	165
5.1. Імідж як засіб візуалізації культурної ідентичності в «театрі» повсякдення.....	166
5.2. Приклади образів, створених із застосуванням авторських дизайнерських прикрас, в «театрі» індивідуальних іміджевих практик.....	181
5.3. Вплив інтерактивних арт-об'єктів на театралізацію сучасного міста.....	191
Висновки до розділу 5.....	199

<b>Розділ 6. СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКІ ЗАСАДИ ТЕАТРАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ</b> .....	201
6.1. Політика як гра.....	201
6.2. Політика і ритуал.....	203
6.3. Політика – «театр» чи «цирк»?.....	208
6.4. Костюм і костюмні прикраси як складові сценографії та драматургії в політичному «театрі».....	213
6.5. Практика аплодисментів у політичному «театрі».....	220
Висновки до розділу 6.....	224

<b>Розділ 7. ТЕАТРАЛЬНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ В ОКРЕМИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ СУБПРОСТОРАХ</b> .....	225
7.1. Артистизм і театральність у спорті .....	226
7.2. Театральність як складова і як чинник трансформації комунікативного простору показів мод.....	234
7.3. Театральність виставково-ярмаркової діяльності .....	245
7.4. Театралізація комунікативного простору музеїв.....	250
Висновки до розділу 7.....	261
<b>Розділ 8. ТЕАТРАЛЬНІСТЬ БУТТЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ХАОСУ</b> .....	263
8.1. Співвідношення понять «хаос» і «космос/порядок» в античній та сучасній філософії .....	263
8.2. Театралізація життя в умовах соціального хаосу: онтологічно-психологічний аспект.....	273
Висновки до розділу 8.....	283
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....	285
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	298

## ВСТУП

Питання філософського осмислення сучасного стану суспільства загострюється з кожним новим викликом, що постає перед людством: чергова інформаційна революція, світова фінансово-економічна криза, трансформація ставлення людини до природи, зіткнення ідей глобалізму і антиглобалізму, зміна культурних контекстів з трансформацією основних культурних смислів і цінностей і т.д., і т.д.

Намагаючись подолати відчуття хаотизації свого життя, люди завзято шукають нових, ефективніших способів комунікації і форм взаємодії. Проте незмінною залишається схильність людства до театралізації багатьох сфер своєї діяльності. І чим більше проявляється ця схильність, тим більш актуальними стають дослідження театральності буття.

Складність, багатовимірність, міждисциплінарність цих досліджень потребує такого методологічного апарату, який сформувався в царині соціальної філософії. Бо саме соціальна філософія досліджує стан суспільства як цілісної системи, виявляє загальні закони і рушійні сили його функціонування, вивчає взаємозв'язок людини з природним середовищем та світом в цілому. Театральність проявляється (певним чином) у всіх цих системах і вимірах.



Пошуки театральності в нетеатральних сферах людського життя, формування теоретичних конструкцій, що описують соціальне життя як театр (театральні вистави, театральний простір), набувають все більшого поширення в гуманітарних науках.

Окремим напрямком цього процесу можуть стати дослідження театральності соціокомунікативних проявів культури, що відповідає предмету соціальної філософії – вивченню сутності та форм існування соціальної реальності.

Тому є доцільним визначити театральність буття як концепцію для соціально-філософських досліджень комунікативних проявів культури.

Впровадження цієї концепції в предметне поле соціальної філософії є спробою поєднати (і в цій єдності розвинути) погляди на соціальну театральність, які гетерогенно представлені в працях І. Гофмана, Ю. Лотмана, Г. Дебора, Ж. Дерріди, Р. Барта, Ж. Бодрійяра, Й. Гейзінги, Г. Гессе, М. Євреїнова, Ж. Липовецького, А. Баканурського, Г. Чміль, Н. Корабльової та багатьох інших дослідників. Цей підхід може надати додаткових можливостей для формування нових поглядів на сутність та форми соціальної реальності і, як наслідок, більш повного їх розуміння.

В рамках даної роботи впровадження концепції театральності буття в соціально-філософські дослідження комунікативних проявів культури здійснюється через розв'язання таких завдань:

– виявити міждисциплінарний потенціал дослідження театральності буття в напрацюваннях соціальної філософії, культурології, культурної антропології, філософської антропології, мистецтвознавства, психології, синергетики, психосинергетики тощо;

– здійснити теоретико-методологічну концептуалізацію театральності соціокомунікативних проявів культури як форми і сутності буття в системі «особистість – соціум – культура»;

– проаналізувати генезис театру і театральності життя як феноменів культури;

– виявити умови прояву артистизму в «театрі» життя;

– встановити зв'язок між театралізацією життя і міфом, застосовуючи методи міфопоетичного аналізу культурних артефактів (текстів, предметів, подій, явищ);

– сформувати погляд на деякі тексти художньої літератури як на форму художньої комунікації, творчої дискусії (на прикладах літературних пародій та наукових містифікацій), а також як на комунікативні моделі/сценарії з онтологічно-аксіологічним підґрунтям (на прикладі народних прислів'їв з культури спілкування);

– обґрунтувати методологічну ефективність застосування концептів/метафор «ляльковий театр буття», «маска», «трикстер» для філософського осмислення сутності відносин особистості із соціумом;

– виявити соціально-філософські засади театралізації політичної сфери;

– проаналізувати роль іміджмейкінгу в театралізації соціокультурних комунікацій в міському середовищі та в індивідуальних творчих практиках повсякдення (як процес кодування (декодування) певної інформації індивідом, завдяки чому він набуває ширших можливостей для соціалізації та самопрезентації);

– виявити соціотворчий та комунікативний потенціал театралізації різних видів людської діяльності (спорту, показів мод, виставково-ярмаркової діяльності, музейної справи тощо);

– виявити соціально-філософські та онтологічно-психологічні засади театральності буття в умовах соціального хаосу.

Багатоаспектність окресленої проблематики вимагає залучення комплексного, гносеологічно гнучкого методологічного апарату. Такий апарат формується в рамках соціокультурного аналізу.

В соціокультурному аналізі зазвичай виділяють три основні аспекти наукового пізнання – соціально-філософський,

соціологічний та антропологічний. Відповідно до цих аспектів виділяються й три рівня – загальнотеоретичний, соціально-або культурологічно-науковий та конкретно-емпіричний.

Загальнотеоретичний рівень передбачає філософське узагальнення уявлень про циклічність розвитку суспільного життя, багатомірність і різноманітність явищ і процесів, що відбуваються у культурному просторі.

На соціально-науковому рівні здійснюється виокремлення та комплексне вивчення інституціональних та позаінституціональних сторін соціального життя. Культура тут розглядається як передумова або умова виникнення інституціональних (стандартизованих та нормативно узаконених) структур соціальної організації, а людина, особистість – як фактор формування її позаінституціональних структур.

Емпіричний рівень соціокультурного аналізу (як і будь-якого наукового дослідження) включає збір фактів, їх первинне узагальнення, опис даних, що отримані шляхом спостережень або експериментів, їх систематизацію, класифікацію та іншу фактофіксуючу діяльність.

Щодо загальних філософсько-методологічних принципів соціокультурного аналізу, то, зазвичай, до них відносять принцип єдності у таких його проявах: взаємозв'язок ідеальних та реальних проявів соціокультурного життя; взаємозв'язок суб'єктивних, об'єктивних та інтерсуб'єктивних сторін соціального життя; взаємозв'язок «природних» і «штучних» елементів соціального життя; взаємозв'язок особистісних, культурних та організаційних компонентів соціального життя; взаємозв'язок повсякденних дій та соціально значущих подій; взаємозв'язок функціональних та динамічних процесів соціального і культурного розвитку; композиція (декомпозиція) та конфігурація «системних» і «життєвих» структур, явищ і середовищ на основі загально прийнятих правил, норм і цінностей.

Соціально-наукові засади і методи соціокультурного аналізу характеризуються певною сукупністю принципів, методів, процедур та правил, які дозволяють описувати і пояс-

нювати соціокультурні проблеми та процеси з більш-менш прийнятним ступенем достовірності.

Комплексність цього аналізу, власне, і полягає у поєднанні в ньому різних загальнонаукових принципів, таких, як системність, єдність та різноманіття соціального життя, аксіологічна орієнтація тощо. Всі вони входять до складу основних дослідницьких підходів: соціального та культурного. Відрізняються ці два підходи тим, що соціальний аналіз спрямовується на дослідження соціальних якостей людини як особистості та інституціональних форм, представлених в нормативно опосередкованих і статусно обумовлених рольових відносин, а культурний аналіз орієнтується на вивчення природного та культурного середовища існування людини, а також тих життєвих форм, що обумовлені оточуючим середовищем і виражені в культурі як в універсальному та специфічному способі існування і розвитку соціуму. При цьому соціальний аналіз складається з інституціонального та позиційного методів, а культурний підхід ґрунтується на методах, що сформувались в культурній антропології.

На відміну від соціології, яка вивчає структури, процеси та інститути суспільства в їх взаємозв'язку, антропологія вивчає різні життєві форми. Вони досліджуються як позаструктурні, позаінституціональні способи існування людей, які обумовлені природними, культурними та соціальними факторами. Крім того, антропологія розглядає життєві форми як поєднання в людині біологічного і соціального.

Якщо життєві форми розглядати як цілісні культурні утворення, то в якості їх типових проявів можна виділити такі одиниці:

- артефакти (матеріальні прояви життєвих форм, їх ресурси);
- організаційні типові дії (певні технології та моделі поведінки);
- символічні аспекти (загальні ідеї та культурні смисли).

В залежності від того, яка з цих одиниць стає об'єктом досліджень, до соціокультурного аналізу додаються такі мето-

ди та підходи, як історичний, системний, порівняльний, семіотичний, міфопоетичний тощо.

Весь цей арсенал методів та підходів застосовується для дослідження театральності соціокомунікативних проявів культури.

На перший погляд тематика питань, що висвітлюються в даній монографії, та емпіричного матеріалу, на базі якого проводились дослідження, може здатись занадто різноплановою, мозаїчною. Але ця «мозаїчність» обумовлена завданням, скажімо так, другого плану – показати різноманіття соціальних форм, моделей, ситуацій та процесів, в яких поєднуються дві рушійні сили культури – комунікація та театральність буття.

Усвідомлення важливості інформаційно-комунікаційної складової в розвитку людства було завжди. Проте наразі, коли вже йдеться про формування нового типу суспільства – інформаційного, – це питання є актуальним як ніколи. Тому соціальні комунікації стають предметом спеціальних наукових досліджень в рамках загальної теорії комунікації. Такі дослідження представлені в роботах Г. Почепцова, В. Зотова, Д. Танскотта, Ю. Габермаса, О. Соколова, Є. Романенко, В. Сметани, В. Бебіка та багатьох інших вчених, які розглядають комунікації в різних аспектах.

Провідною ідеєю даного дослідження є усвідомлення того, що театральність виникає лише тоді, коли відбувається акт комунікації між людьми. Тобто тоді, коли є «актор» і «публіка» (умовні або не умовні).

Наявність комунікації тут розуміється як визначальна ознака і умова прояву театральності.

Бо самі лише ігрове начало, перформативність, ритуалізація та карнавалізація не утворюють театру. Оскільки першоелементом виникнення драми та театру, як видів мистецтва, став діалог, то й театральність життя неможливо розглядати без цієї складової.

Це уточнення не лише складає наукову новизну дослідження, а й створює підґрунтя для погляду на різні форми соціальної реальності з нової точки зору.

Ще одне пояснення прагнення людей до театралізації життя виявилось при аналізі психологічного стану людей в умовах соціального хаосу.

Наразі концепція соціального хаосу розробляється в різних аспектах, і коло дослідників, які так чи інакше торкаються цієї теми, постійно розширюється: І. Пригожин, І. Стенгерс (порядок із хаосу), В. Буданов, М. Омельченко, О. Дзюбань, Р. Генон, Е. Дюркгейм, Р. Мертон (соціальний хаос, аномія), М. Каган, О. Астаф'єва, Н. Косолапов (соціальна нестабільність), Н. Елдрідж, С. Гулд (контрольована нестабільність), Л. фон Мізес (плановий хаос), Г. Спенсер, М. Вебер, В. Андрущенко, М. Михальченко, М. Попович, Т. Розова (модернізація), А. Гладишев, В. Іванов, В. Патрушев, І. Кульчий (реформування), Д. Белл, Є. Бистрицький, В. Таран (перехідність), Є. Борінштейн, М. Цибра, Е. Гансова (особистість в умовах соціальних та політичних трансформацій), І. Єршова-Бабенко та представники її наукової школи (хаос в дискурсі психосинергетики) та багато інших.

При цьому завжди є актуальною проблема впливу соціального хаосу на людину – її психіку, світосприйняття та світовідчуття.

В даній роботі показано, що одним із способів подолання відчуття хаотичності життя є його театралізація. Звісно ж, театралізація життя не долає соціальний хаос. Йдеться лише про формування відчуття (в суто психологічному плані), що не все так хаотично, як здається. Головною ідеєю тут є усвідомлення того, що театр завжди передбачає наявність режисера, сценарію, законів жанру та інших компонентів, які вказують на те, що якісь правила гри все ж такі є.

В результаті, до вже існуючих пояснень прагнення людей до театралізації життя пропонується додати ще одне – намагання впоратись із відчуттям хаосу в соціальній реальності.

І тоді можна говорити не лише про театралізацію життя, як культурну та соціокомунікативну практику, а й про театралізацію свідомості, як один із способів (наряду із міфологізацією) інтерпретування дійсності.

Це доповнення також складає наукову новизну роботи, і розглядається як перспективний напрямок для подальших досліджень з метою філософського осмислення сутності і форм існування соціальної реальності.

В цілому, дана монографія є узагальненням результатів багаторічних досліджень, опублікованих у фахових вітчизняних та зарубіжних виданнях, а також викладених у доповідях на наукових конференціях та семінарах.

Втім, невичерпність онтологічного ресурсу об'єкту дослідження – театральності соціокомунікативних проявів культури – залишає дискурс відкритим для подальшого розвитку.

**Розділ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ  
ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ  
ТЕАТРАЛЬНОСТІ  
СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ  
ПРОЯВІВ КУЛЬТУРИ**

Всебічні трансформації, які відбуваються в сучасній соціальній реальності, потребують і змін у підходах до її осмислення, нових наукових концепцій та парадигм.

Водночас спостерігаються певні соціокультурні феномени, які проявляються в соціальній реальності протягом тисячоліть, зберігаючи основні свої ознаки та зміст. До таких соціокультурних «констант» можна віднести театральність буття. Постійність прояву театрального в житті людей дозволяє розглядати його не лише як об'єкт дослідження, а й як ключ до розуміння природи Людини, суспільства, соціальних відносин та культурних процесів.



Цим, власне і пояснюється той факт, що пошуки театральності за межами театру, формування теоретичних конструкцій, що описують соціальне життя як театральний простір, набувають все більшого поширення в гуманітарних науках.

Зрозуміло, що розгляд сучасної соціальної реальності (і не лише в дискурсі театралізації життя) був би не повним без звернення до теорії соціальних ролей. Наразі ця теорія вже стала хрестоматійною, проте, як зауважують Ю. Богущкий, Н. Корабльова та Г. Чміль в спільній монографії, «ефект дежавю не знизив пізнавальну, дидактичну і виховну цінність цієї теорії» [1, с. 10]. Дослідники пояснюють це тим, що збереглися професії, в яких практично увесь час необхідно так або інакше впливати на людей через рольову дію, ті, які сприяють прийняттю постійної маски. До таких ролей можна віднести професії лікаря, вчителя, військового тощо. Продовжують існувати і соціальні інститути з регламентованими моделями рольової поведінки, де треба швидко соціалізуватися чи набувати фахових навичок, швидко привчатися до обов'язкових норм. Не втрачають актуальності і політичні ролі (вождь, «батько нації», «фюрер») тощо. Тому дослідники бачать сенс в застосуванні теорії ролей до осмислення нової культурної реальності і пропонують розглядати її саме як рольову реальність. «У вузькому означенні це реальна рольова дія, відсторонена від людини, вона «живе» в площині теоретизації. Це взаємодія між людьми в процесі спілкування, творення культури, що відокремлює людину від людини, визначає її сприйняття, образ і тоді, коли вона відсутня, це представленість людського буття поза самим цим буттям. Це може бути і соціальна роль видатного діяча, що ввійшла в пантеон видатних митців, а може бути і уявний образ, що нам його залишила епоха в своїх пам'ятках» [1, с. 148].

Такий підхід дозволяє здійснювати «рух до екзистенціального, структуралістського, герменевтичного тлумачення культури, де присутній голос кожної людини, що жила в цій культурі та продовжує жити» [1, с. 150].

З іншого боку, підвищена цікавість до театралізації життя обумовлюється стрімким «наступом» масової культури, який вносить зміни у зміст і характер видовищної комунікації, що, в свою чергу, призводить до появи нових форм побутування театральності [2 – 4], коли мистецтво, наприклад, перетворюється на перформативне, яке не описує світ, а діє у процесі повідомлення.

Крім того, сучасна культурна ситуація характеризується наростанням «неотрадиціоналізму», підвищенням інтересу до досвіду попередніх епох, до актуалізації традицій і фольклору в контексті сучасного життя [5 – 10].

Спроби філософського осмислення цієї ситуації призвели до формування в сучасній гуманітаристиці концепції онтологічного «повороту», точніше – «поворотів», бо наразі відбувається процес виокремлення різних (за аспектами та предметами) «поворотів».

## **1.1. Осмислення театральності буття в дискурсі онтологічних «поворотів»**

Сучасний гуманітарний дискурс характеризується появою концепції/метафори онтологічного «повороту», яка стала поштовхом для виділення окремих поворотів: лінгвістичного [11; 12], іконічного [13; 14], просторового [15], медіального [16], постмодерністського [17; 18], прагматичного [19], тілесного [20], змістовно-естетичного [21], інтерпретаційного [22] та ін.

Ідея повороту, повернення, звернення до джерел в європейській філософії з'явилась майже одночасно із появою самої філософії. В Древній Греції ідея повороту зафіксована в понятті *epistrophe* (рух по колу, повернення, поворот), яке з часом перейшло в латинізовані терміни *conversion* (зворотній рух, повернення, кругообіг, зміна напрямку) та *reflexio* (згин, відхилення назад, переломлення, відбиття). Своєрідною формою повернен-

ня можна вважати заклики, що лунали один за одним: «назад до природи», «назад до Канта», «до Фрейда», «до самих речей», «до досократиків», «до перед-міфу» [23, с. 93].

Часто один поворот тягнув за собою наступний. Наприклад, реакцією на гносеологізм у тих, хто «повернувся до Канта», став «поворот» Миколи Гартмана та Мартіна Гайдеггера, який, власне, і називають онтологічним поворотом [24; 25].

Антропологічний поворот, завдяки його ідеологам, визнається головним поворотом філософії ХХ століття. Хоча формуватись він почав вже у ХІХ столітті. Це, за оцінкою Ф. Дехера та Й. Хеннінгфельда, відбувалося з появою вчень про людину І.-Г. Фіхте, Л. Фейербаха, К. Маркса, Ф. Ніцше. Пізніше, з появою робіт М. Шелера, А. Гелена, П. Альсберга, Х. Плеснера антропологічні проблеми стали предметом обговорення як самостійна наукова проблематика. «Антропологічний поворот ХХ століття був багато в чому реактивним: з одного боку це була реакція на кризу метафізики, на «смерть Бога», а з іншого боку, він став відгуком на кризу людини, що втратила контроль над власними творіннями і глибоко усвідомила під час і після Світової війни власну «силу-безсилля», за виразом М. Бубера» [26, с. 8 – 9].

Осмилення причин цієї кризи призвело, зокрема, і до формування іконічного повороту, в рамках якого фіксується переважання в сучасному соціумі візуальних способів комунікації над вербальними. Усвідомлення домінуючої ролі образу в житті сучасної людини спонукало Ж. Бодрійяра до визначення особливого людського типу – Людини Телематичної [27]. Така людина мислить образами, сприймає функціонування символічного у різних відгалуженнях, стимулюючи створення в них нових утворень, які в сукупності характеризують життєвий світ людини як «світ образів», який набуває все більшої влади над людиною [28, с. 33].

Розвиваючи цю ідею, Ганна Чміль виявляє і обґрунтовує філософські засади для формування кіноантропології. «Кіноантропологія – це намагання за допомогою кіно віднайти у видимому світі щось таке, що лежить глибше від його видимості,

саму людину, для якої все видиме, зображене є лише епіфеноменами», – пояснює дослідниця [29, с. 140]. І далі уточнює: «Досвід і мислення емпірика-дослідника й філософа-теоретика, визначаючи сутність людини, шукають не людину «саму по собі», а ті детермінанти, які визначають цю сутність» [29, с. 143].

Ця сутність може бути зануреною в культуру, «мистецьким дзеркалом» якої є екран [29, с. 143], або театральна сцена, або «сцена» соціального «театру», або будь-який культурний феномен, який містить елементи візуальності, образності, знаковості, символічності.

Поєднання образу, знаку та дії в соціальних відносинах та культурних феноменах осмислюється в рамках перформативного повороту. Саме в цьому повороті Кристоф Вульф вбачав подальший розвиток антропології. «Після лінгвістичного повороту та іконічного повороту 70-х та 90-х років минулого століття, в яких були позначені мовна та образна вкоріненість дії та пізнання, на зламі століть в культурологічних науках намічається перформативний поворот, в перспективі якого культурна дія розглядається як інсценування і виконання уяви. Всі три повороти ведуть до антропологічного способу розгляду. В першому випадку йдеться про залежність людських взаємодій та пізнання від мови, у другому – про роль уявленого для культури, і в третьому – про форму та структуру людської дії, яка фіксує тілесність» [30, с. 152].

Поєднуючи такі поняття, як «театралізація», «ритуалізація», «сценарність» [31], «видовищна комунікація», «ігрове начало» [32], «виконання», «взаємодія» [33], «культурна драма» [34], перформативний поворот продовжує постструктуралістські теорії культури, руйнуючи старе структуралістське розуміння культури. Культура починає сприйматися не тільки як система знаків і символів, а й як постійне їх відновлення в ситуації співпадіння змісту з проявом.

Найбільш виразно цей підхід проявляється при аналізі так званих «перформативних Текстів» [35], коли поняття Тексту спрямовано проти самого тексту в його звичайному, тобто

знаковому, розумінні, коли руйнується звичайна монологічність тексту і «вмирає» його автор, коли текст вже нічого не виражає, його смисл втрачає змістовність і глибину. В боротьбі Тексту з текстом, Текст набуває перформативності. Тут, власне, «перформативність» і починає трактуватись як «виконання норми відповідності думки і дії, норми діючого мислення до осмисленої дії».

Ідея переносу принципу перформативності з окремого висловлювання на текст в цілому належить Ю. Габермасу, котрий стверджував, що перформатив – це «зацікавлена самопрезентація» [36, с. 37]. Перформативність він розглядав, як умову існування індивідуальності в комунікації, як засіб саморозуміння та спосіб викликати розуміння з боку інших учасників комунікації. Для тексту це означає, що він не стільки говорить про щось, скільки показує дещо, супроводжує те, що говориться, виконанням. Відповідність мовлення і дії встановлюється на рівні тексту в цілому, а не на рівні окремих висловлювань в ньому. Ідеальний перформативний текст – це текст, де демонструється те, що сказано.

Такий підхід набув широкого розповсюдження в соціокультурному контексті інсценування, демонстрацій та презентацій, в різноманітних театральних і театралізованих постановках, шоу, публічних політичних акціях, що змусило «побачити» перформативний поворот у соціумі [37].

Можна, звісно ж, сперечатись з приводу того, чи дійсно відбувся «поворот» у соціумі (чи лише у дослідницьких орієнтирах та методах його пізнання), чи не завжди соціуму була притаманна перформативність і, в більш широкому сенсі, театральність, але введення в дискурс соціокультурних досліджень розуміння Перформативного є корисним з точки зору уточнення багатьох понять.

Наприклад, розробляючи теорію постмодерністського театру, С. Мелроуз звертає увагу на проблему «перформативної поведінки» і вказує на необхідність розмежування двох видів людської поведінки, а саме: звичайної поведінки і перформативної, тобто професійної (рольової) гри акторів на сце-

ні [38]. В цьому розмежуванні С. Мелроуз спирається на ідеї Е. Барба та Н. Саварезе, на думку яких відмінність одного виду поведінки від іншого базується на різних тлумаченнях поняття «професійна гра акторів». Дослідники звернули увагу на тілесну поведінку людини, на її соматіку, і спробували обґрунтувати відмінність повсякденної ролівої поведінки від акторської гри як зсув від «мінімального розходу енергії» в буденності до «максимального» у перформансі [39]. Саме цю енергію дії, а не енергію внутрішнього переживання, С. Мелроуз вважає головним джерелом впливу на публіку і складовою частиною більш загального комплексу перформансної театральності [38].

Втім, і «перформативна», і «звичайна» поведінка людини передбачає певні комунікативні моделі – міжособистісні, соціальні, міжкультурні тощо.

Комунікативний аспект існування соціуму все частіше досліджується в дискурсі медіального повороту, спричиненого новим поглядом на функції та формати соціальних комунікацій.

Погляд на соціальні комунікації як на культурний феномен і предмет спеціальних наукових досліджень формувався поступово, в рамках різних напрямків, підходів [40; 41], в тому числі і загальної теорії комунікації [42]. Аналіз інформаційно-комунікативного середовища сучасного суспільства [43] привів до появи таких понять, як «комунікативна культура», «комунікаційна культура» [44], і з кожною публікацією все більш очевидною стає багатоаспектність досліджень в даному контексті [45 – 47].

Соціальні комунікації сучасна наукова думка визначає як «своєрідне інформаційно-комунікативне поле суспільного життя, що має соціальний характер, з'єднує всі компоненти суспільної сфери та структурує відповідну суспільну діяльність» [48, с. 35].

Визнаючи комунікацію необхідною складовою розвитку культури, С. Романенко виокремлює два підходи до розуміння комунікації – інформаційно-технологічний та культурологічний [49]. В рамках інформаційно-технологічного підходу роз-

криваються основні способи і засоби трансляції інформації як головної рушійної сили суспільного прогресу. Тут комунікація розглядається як важливий чинник формування національної свідомості, національної ідеології, нових вузько локальних смислів та цінностей. При цьому сенс історії можна представити як специфічний процес розвитку комунікації, де зміст економічного та культурного складників пов'язаний із характером та змістом комунікації в якості знання, що циркулює в суспільстві. Культурологічний підхід розглядає культуру як першопричину розвитку комунікативної системи суспільства у всіх сферах його життєдіяльності. Спираючись на дослідження Д. Танскотта [50], автор визначає комунікацію в межах однієї соціокультурної системи як один з інструментів знакової фіксації реальності.

На знакову сутність інформації, що циркулює в соціокультурному просторі, вказує і А. Соколов. Він вважає соціальну комунікацію рухом смислів у соціальному просторі і часі, носіями цих смислів є певні знакові системи, які, власне, і є засобами зв'язку в суспільстві [51].

Продовжує цю думку Є. Тихомирова, стверджуючі, що комунікація – це обмін між людьми або іншими соціальними об'єктами цілісними знаковими повідомленнями, в яких відображені інформація, знання, емоції тощо [52].

Щодо обміну емоціями, то часто саме вони розглядаються як головна ознака, що дозволяє відрізнити комунікацію від спілкування. Наприклад, В. Сметана зазначає, що в сучасному суспільстві комунікація і спілкування виконують різні ролі [53].

Втім, якщо говорити саме про сучасне спілкування, то воно, завдяки сучасним технічним засобам комунікації, набуває нових форм. Можливість передавати у повідомленнях знаки, які є графічним відображенням емоцій (наприклад, смайлики, емоджі), робить емоційно наповненим суто комунікаційний (як передача інформації) процес. Тому в даному контексті поняття «комунікація» і «спілкування» майже не відрізняються [54].

На це вказує і П. Шаран, осмислюючи сутність комунікації як передачу смислового змісту за допомогою символів. Це може відбуватись різними засобами – через твори живопису, музики, математичні символи, жести, вираз обличчя тощо [55].

Тому і в комунікації, і в спілкуванні головними учасниками процесу визнаються той, хто передає інформацію (будь-якого характеру), і той, хто її приймає. При цьому, як зазначає В. Кузнецов, спостерігається активність, з одного боку, комунікатора, зацікавленого в передачі певної інформації, а з іншого боку – одержувача, який витрачає певні зусилля на розшифрування інформації [56].

Ця активність може набувати різних форм. В тому числі і таких, що мають риси театральності, яка суттєво впливає на сприйняття інформації. Адже сутність театру не лише у видовищності, а й в її знаковому змісті, за допомогою якого передається інформація глядачеві.

На це вказував Ю. Лотман [57], про це писала І. Андреева, визначаючи театральність як «спосіб донесення до інших певних смислів; як своєрідний вид гри і – як особливий вид трактування і тлумачення дійсності» [58].

На значущість для театральності не лише простору сцени, а й просторової реалізації тексту, вказує і Р. Чвалун, відмічаючи, що тут важливим є «знак (мовний), кореляція кодування і декодування, порушення норм («насилля над законами»), театралізація мови як засіб створення нової мови» [59].

Про важливість декодування, інтерпретації сценічного знаку говорив французький структураліст Жак Дерріда, відмічаючи, що сценічний знак – це не стільки зміст репліки, скільки те, що реципієнт (глядач, слухач, читач) вкладає в неї під час комунікації з певним дискурсом [60].

Іншими словами, театр створює текст, який актуалізується лише в процесі його глядацького прочитування.

Про це говорили і Олександр П'ятигорський, стверджуючи, що лише наявність «зовнішнього спостерігача», тобто суб'єкта, який сприймає та інтерпретує знак, надає спектаклю семантичної визначеності [61], і Анатолій Баканурський, від-



мічаючи, що поза комунікацією «глядач – спектакль» театр не може набути свого цілісного буття [62].

Проте комунікація в театрі здійснюється не лише по каналам «спектакль – глядач» та «глядач – спектакль». А. Баканурський виділяв ще канали «драматург – режисер», «п'єса – постановочний задум – актор», «спектакль – театральна критика» [63]. Особливий вид театральної комунікації – «театральна лялька – музей – глядач» – досліджувала Тетяна Овчаренко [64]. Мабуть, можна говорити і про комунікацію «глядач – решта глядачів (публіка у залі)».

Іншими словами, театр не існує без комунікацій.

Якщо театр неможливий без комунікацій, то й комунікації в певних умовах мають містити елементи театральності. Принаймні, в соціальних комунікаціях дослідники виділяють схожі механізми, засоби та канали передачі інформації.

На даному етапі розвитку теорії комунікації фундаментальним є визнання за мовою, образом, простором, риторикою, за будь-якими способами і умовами сприйняття інформації людиною властивості медіальності. В сучасній гуманітаристиці ця ситуація характеризується як «медіальний поворот» [23, с. 102].

Оскільки театральність поєднує в собі всі ці елементи, – мову, образи, відповідний простір та інші способи і умови циркуляції інформації в соціумі, – то її можна розглядати як властивість, яка є спільною і для перформативності, і для медіальності.

«Медіальний поворот» робить акцент на тому, як, або чим, ми сприймаємо інформацію. Така постановка питання веде до двох наслідків. З одного боку – до усвідомлення втраченого безпосереднього сприйняття: все, що, дається людині, дається через певні засоби, які функціонують за своїми законами, по-своєму обирають, фільтрують, трансформують повідомлення. З іншого боку – до розуміння первинності мови в активності тих, хто говорить, по відношенню до тих, хто сприймає інформацію. Тому, як вказує Дітер Мерш, «кульмінацією всіх теорій медіального є розгляд мови» [65, с. 114].

Мова (або мовлення), як одна з опрацьованих медіа, є шляхом до розуміння впливу на зміст повідомлення, того, як іронія, інтонування, оцінка дають можливість інтерпретувати його прямо протилежним чином [66].

Тобто перцептивний аспект фіксується як важлива складова комунікації або спілкування. А цей аспект завжди передбачає прояв артистизму (певною мірою), а отже, і театральності.

Тут медіальний аспект перетинається із перформативним, в якому увага приділяється вже не стільки функціональній специфіці мови і її одиниць в інституціональній сфері, скільки аналізу мовних актів як мовних творів можливої реалізації дій їх носіїв/акторів. До таких мовних актів відносять всілякі ритуали і ритуальні вистави [67], театральні постановки, критичні виступи, полемічні статті, політичні дебати, громадські слухання та дискусії, які викликають суспільний резонанс, виявляють соціальну ідентичність, тобто мають певний ефект в культурному житті соціуму.

Особливою властивістю таких актів є, на думку Юдіт Батлер, фіксація статево-рольової ідентичності, яка маркірується за допомогою і знакової сутності мовного акту, і його функціональної специфіки [68].

Про рольову ідентифікацію в нових комунікативних умовах говорять і Ганна Чміль та Надія Коробльова. Поєднуючи уявлення про дві реальності – рольову та медіа, – дослідниці показують, що вплив медіа на рольову реальність – це проблема впливу результатів високих технологій, медіального простору на соціальну, рольову визначеність особи. Це викликає необхідність з'ясування, як відбувається традиційно рольове існування людини в ситуації, коли постійно збільшується потік спокусливої, захоплюючої, поглинаючої особу інформації про престижне рольове існування, демонстрації ринку таких ролей, іміджів, масок, статусів, рольових взаємодій [69, с. 66]. Зв'язок медіа-комунікації з визначенням рольових взаємодій дослідниці пояснюють так: «рольові взаємодії і комунікативні можливості буття в ролі, де роль виступає засобом, а медіа-реальність по-новому визначає це буття, перетворює рольову

комунікацію з засобу на спосіб існування людини в соціумі, в культурі. Комунікація – проект оформлення соціального, культурного буття, і у такому смислі вона зв'язана зі всіма способами репрезентації дійсності, зі світом символічних конструктів, до яких відноситься і роль, яка вже не є ні природним, ні соціальним розподілом ролевих взаємодій, а проявляється у вигляді уявного досвіду буття у ролі» [69, с. 66].

Цей досвід може формуватись в тому числі і під впливом всіх прочитаних людиною текстів.

Про те, що все, раніше прочитане, впливає на горизонт того, що читається зараз, говорив Жерар Женетт. Відомою стала його формула «Кафка вплинув на Сервантеса, так само, як і Сервантес на Кафку». Тобто якщо Кафка прочитаний раніше за Сервантеса, то неможливо читати Сервантеса адамічними очима.

Цю думку продовжив і М. Гаспаров: «Філологія важка не тим, що вона потребує вивчати чужі системи цінностей, а тим, що вона змушує нас відкладати на певний час свою власну систему цінностей. Прочитати всі книги, які читав Пушкін, важко, але можливо. А ось забути (хоча б на час) всі книги, яких Пушкін не читав, а ми читали, значно важче» [70, с. 99].

Тобто все, що було почуто, побачено, прочитано раніше, не може не впливати на розуміння того, що людина чує і бачить в даний момент. Це не лише сприяє комунікації людини із іншими людьми, із суспільством, а й дозволяє інтерпретувати результати цієї комунікації. Наполягаючи на необхідності чути «голос кожної людини, що жила в цій культурі та продовжує жити», автори монографії [1] пояснюють, що будь-яка роль, яку грає людина у суспільстві, – це завжди взаємодія. «А коли звучать два голоси при цій взаємодії, то маємо «ансамбль мультикультуральності». Цей голос, чи цей «ансамбль» дійшов до нас в певному типі ролевої взаємодії. Вступаючи в діалог з минулим, ми вслуховуємось в той ансамбль, йдемо одне одному назустріч, заглиблюємось в культуру, керуючись розумінням і взаєморозумінням» [1, с. 150].

В контексті соціокультурної комунікації не менш важливого значення набуває і комунікативний простір, що виводить дослідження в дискурс «просторового повороту».

Сучасний німецький дослідник Патрік Езер фіксує (у рецензії до книги «Структурування простору і ландшафту») «зростаючу в останні роки рефлексію простору в дискурсі соціальних наук» [71]. Аргументує він це активним розповсюдженням просторових термінів: «глобальна мережа», «глобалізація», «глокалізація», «геополітика», «світовий порядок» (*Weltraumordnung*), «віртуальний простір». Це дає йому підстави назвати ситуацію, що склалася в соціальних науках, бумом просторових метафор або «просторовим поворотом» (*Spatial turn*).

Активно вводить параметри простору в соціологію та гуманітарні науки в цілому А.Ф. Філіпов. Він же зазначає, що простір – це місце, яке настроює людей (просторово, емоційно, ідеологічно), але ж він і розділяє їх: «в ньому знаходяться бар'єри для сприйняття, але в ньому ж розміщені тіла тих, хто взаємодіє» [15, с. 230].

Цікавість до місця, простору, топосу відбувається не лише на предметному, а й на методологічному рівні. На метод аналітики топосу, в тому числі і топосу медіа-реальності, претендує специфічний вид рефлексії – топологічна рефлексія [23].

Важливість простору в практиці та теорії соціальних комунікацій посилює їх театральний аспект. Бо в театрі (будь-якому) сценічний простір є не лише формою візуалізації та організації певних обставин, а й засобом генерації, інтерпретації смислів (художніх, соціальних, культурних), а також задає специфіку тих комунікацій, які виникають в театрі та поза його межами. В «театрі» буття простір виконує такі ж самі функції, тому актуальним і доцільним є виділення окремих комунікативних просторів і субпросторів (наприклад, музейного простору, простору показів мод, просторів міських арт-об'єктів тощо) в дослідженнях театрального в соціокультурних процесах.

Отже, бачимо, що майже всі онтологічні «повороти», які наразі оформилися в сучасній гуманітаристиці, так чи інакше пов'язані із театральністю буття, зокрема – театральністю соціокомунікативних проявів культури.

Втім, дискусійним залишається питання щодо, скажімо так, «методологічного статусу» поняття «поворот»: чи є він художньою метафорою або науковим терміном. Деякі вчені сприймають його саме як метафору. В.В. Савчук, наприклад, стверджує, що поняття «поворот» сьогодні «застосовується там, де дослідники, користуючись філософським ресурсом метафори повороту Гайдеггера та Рорті, претендують на онтологічну значущість предмета своїх досліджень, бо у випадку визнання результатів «поворотними», їх галузь стає не лише першою філософською дисципліною (філософією мови, людини, образу, медіа), а й найактуальнішою сферою дослідження» [23, с. 108].

Втім, неможна сказати, що ця метафора зовсім не містить онтологічного ресурсу. Адже лише усвідомлення можливості наукового повороту надає поштовх до обговорення його причин, дискусії щодо його доцільності, і, як наслідок, до пошуку нових форм осмислення багатьох культурних явищ та процесів.

## **1.2. Метафора як інструмент філософського осмислення сутності та форм соціальної реальності**

Метафора онтологічного «повороту» – не єдина метафора, що застосовується в даній монографії для осмислення сутності і форм існування соціальної реальності. В рамках концепції театральності соціокомунікативних проявів культури (яка сама по собі є метафоричною) використовуються такі концепти/метафори, як «ляльковий театр буття», «політичний театр», концепт «маска», «соціальний хаос» тощо. Тому доречним

буде розглянути питання про науково-методологічний статус метафори більш детально.

В сучасній науці це питання все частіше виникає в дискусіях щодо наукового методу пізнання, зокрема в тих, що розглядають співвідношення раціонального та ірраціонального мислення в процесах пізнання світу. Метафора як гносеологічний механізм розглядається в філософських теоріях, в рамках яких формується поняття «нової раціональності». В цю раціональність органічно включається ірраціональний компонент – метафорична модель як найбільш евристична форма аналогії. Метафора тут виступає як базова модель гносеології, епістемології (Е. Кассіер [72], Х. Ортега-і-Гассет [73], Н. Мішанкіна [74] та ін.) і розглядається в рамках когнітивно-дискурсивної парадигми, яка формує погляд на метафору, як на складне поліфункціональне явище у логіко-філософському, семіотичному, стилістичному аспектах (Н. Арутюнова [75], М. Блек [76], Дж. Міллер [77], А. Річардс [78], В. Телія [79] та ін.). Погляд на метафору, як на дослідницьку концепцію формувався в працях таких вчених, як Т. Кун [80], П. Рікер [81], Дж. Лакофф і М. Джонсон [82], А. Баранов [83] та ін.

Найбільш детально дослідження зі співставлення логічного та метафоричного представлені в працях Е. Кассієра, який вбачає в метафорі поєднання двох типів мислення: найдавнішого – лінгвоміфологічного та сучасного – логічно-дискурсивного [72].

Представники аналітичної філософії розглядають метафору в рамках когерентної теорії істинності. За цією теорією, висловлювання є істинним, якщо воно узгоджується із системою інших висловлювань, які прийнято за істинні. Отже, і метафору тут починають розглядати, як когерентно достовірну структуру [84].

Поєднуючи всі ці аспекти метафори, Дж. Лакофф та М. Джонсон запропонували таку типологію метафор [82]:

1) структурні метафори – коли одне поняття структурно впорядковується у термінах іншого;

2) орієнтаційні метафори – створюють концепти через просторові поняття та відношення;

3) онтологічні метафори – розкривають події, дії, емоції, ідеї тощо, як якусь істоту чи субстанцію.

Евристичність метафори обумовлюється тим, що вона є (в певному сенсі) гіпотезою про нові якості об'єкту. А гіпотеза завжди піддається перевірці і, якщо виникає потреба, трансформації.

Гносеологічна природа метафори, як теоретичної концепції, обумовлена тим, що актуалізуватись вона може лише тоді, коли аналітичне мислення сягає певного рівня розвитку. Адже базується вона на різних способах обробки інформації людським інтелектом.

На цю специфіку метафоризації звертає увагу Е. Кассіер: «Можна уявити собі метафору як свідоме перенесення назви одного уявлення в іншу сферу – на інше уявлення, яке є подібним якоюсь рисою першому або передбачає якісь непрямі з ним «аналогії»... Якщо спробувати проникнути в причини такої заміни та пояснити незвичайно багате та різноманітне вживання, що є характерним для цього виду метафори..., то при цьому ми повернемося до основного способу міфологічного мислення і переживання» [72, с. 35].

Проте саме процес перенесення назви якогось явища в іншу сферу часто викликає дискусії щодо його доцільності. Така дискусія, наприклад, точиться з приводу застосування в природознавчих науках поняття «хаос». «Головна трудність в цій галузі знання бачиться в тому, що поняття «хаос» представляє собою метафору, що застосовується для характеристики співвідношення детермінованості і випадковості, яка не є логічно строгою», – зауважив ще у 1999 році М. Чешков [85, с. 129]. Наразі цю метафору активно використовують в суспільних науках («соціальний хаос»). І, чомусь, намагаються переносити її саме із природознавчих наук. «Ця метафоричність принципово неподоланна, – скаржиться А. Селіверстова, – тому потрібні більш складні процедури для перенесення поняття «динамічного хаосу» з галузі природознавчих наук в соціогу-

манітарні» [86]. Виникає питання: навіщо так ускладнювати процес використання поняття? Навіщо в гуманітарну сферу переносити із природознавчих наук поняття, яке виникло і плідно розроблялося в давніх міфологічних системах та античній філософії, які поєднували в собі всі наукові начала – природознавчі, людинознавчі, математичні, соціально-онтологічні тощо?.. І взагалі, навіщо долати метафоричність терміну, коли саме вона надає йому гносеологічної цінності?.. А якщо метафоричність заважає предмету дослідження, то чому не застосувати інший, спеціальний, більш відповідний термін?

Отже, проблема тут не в метафорі, як такій, а в меті її застосування. Метафори годяться для філософського осмислення явищ та процесів (будь-яких), а не для їх наукового описання. Метафора може допомогти задати певну точку зору на об'єкт дослідження, вказати напрямок або масштабність розмірковувань, сформулювати концепцію дослідження, але аж ніяк не надасть точного, об'єктивного уявлення про складні (часто надскладні) природні, психічні, соціальні та інші процеси. Це те ж саме, що спостерігається в моделюванні: ніяка модель не є абсолютно адекватною, тотожною процесові, явищу або об'єкту, який вона моделює. Завжди йдеться лише про ступінь адекватності, і звідси – про ефективність та доцільність використання тієї або іншої моделі (у відповідності до мети дослідження або практичного використання). Задаючи нові умови існування (функціонування) об'єкту, створюючи для нього нову реальність, модель надає нові знання про цей об'єкт. Метафора ж не лише створює іншу реальність для об'єкту, а й сприяє новому погляду на нього і, відповідно, новій його інтерпретації.

Підкреслюючи цю властивість метафори, деякі науковці все частіше починають використовувати замість слова «метафора» словосполучку «метафорична модель» [74].

І тоді більш очевидним стає той факт, що будь-яка метафорична модель може входити до складу більш складних моделей (або концепцій). І навіть впливати на формування такої складної світоглядної моделі/матриці, як картина світу.



В сферу гуманітарних наук поняття «картина світу» було введено Л. Вітгенштейном, і наразі розробляється в різних наукових напрямках, але досі не має однозначного тлумачення. В найбільш загальному вигляді «картина світу» – це «система інтуїтивних уявлень про реальність» [87, с. 127].

Системність цих уявлень обумовлюється не тим, що це є спрощеною схемою реальності, а, навпаки, тим, що це – динамічна модель світу в свідомості людини. І формується вона під впливом багатьох факторів: соціального, культурного, мовного середовища, що оточує людину, індивідуальних особливостей її психіки тощо. Як зазначає В.І. Постовалова, картина світу ніякою мірою не має бути стенограмою знань про світ, це саме картина, акт інтерпретації світу [88, с. 55].

На інтерпретаційну природу метафори, на те, що вона здатна відобразити спосіб осмислення дійсності, звертав увагу і польський письменник Ян Парандовський. «В метафорах найбільш глибоко виражає себе дух народу, – читаємо в його книзі «Алхімія слова», – вони найвірніше передають відмінності у мисленні та почуттях рас і племен. Матерія – філософський термін – латиною означає дерево, деревину, будівельний ліс і є перекладом грецької *hyle*, також і французькою *bois* означає і ліс і деревину. Але те ж саме філософське поняття матерії індійська філософія виразила в зовсім іншій метафорі: словом, яке означає «поле». Співставленням цих двох слів можна було б почати історію двох різних світоглядів і культур» [89, с. 159].

Всі ці властивості метафоричних моделей не лише впливають на формування інтегруючих моделей на кшталт «картини світу», а й задають певні наукові дискурси.

В деяких наукових працях дискурс розуміється як цілісна формація текстів, що пов'язані з певним соціально-комунікативним простором та існують в певний часовий період (праці Р. Барта, Ц. Тодорова, представників французької школи дискурсивного аналізу – П. Анрі, Ж. Лакана, М. Пеше, Ж.Ж. Куртіна та ін.).

Соціальний дискурс мислиться як «особливий спосіб спілкування та розуміння навколишнього світу (або якогось аспекту світу)» [90, с. 15].

Щодо наукового дискурсу, то специфічною, визначальною його рисою є те, що він відображає особливу епістемологічну ситуацію, коли когнітивні та комунікативні настанови учасників наукової комунікації формуються в онтологічному, методологічному, рефлексійному аспектах [91, с. 23].

Епістемологічні когнітивні настанови учасників комунікації тут тісно пов'язані з принциповою орієнтацією на отримання нового знання на основі того, що вже є. І в даному випадку важливу роль грають певні парадигмальні моделі – системи наукових настанов, що визначають вектори розгортання наукових досліджень [74].

Метафоричне мовлення, звісно ж, відрізняється від буквального, але, як зауважує Нельсон Гудмен, «при цьому воно не стає ані менш зрозумілим, ані більш темним, ані менш практичним, ані більш незалежним від істинного і помилкового. Метафора – не просто засіб «прикрашання»; вона активно бере участь у розвитку знань, заміщуючи застарілі категорії новими, які дозволяють побачити проблему в іншому світлі, надаючи нам нові факти» [92, с. 195].

Про здатність метафор надавати нових поштовхів науковим дослідженням, говорить і О. Степанова: «Метафори пропонують колективному розумові все нові й нові проблеми, підтримуючи в ньому постійну гносеологічну напругу» [93, с. 84].

Далі дослідниця стверджує, що «метафоричність належить до основних атрибуцій постміфологічної свідомості, вона надає остаточній онтологічній стійкості, що підтверджується всією практичною діяльністю свідомості, насамперед, породженню образів» [93, с. 84].

Проте чи завжди метафоричність є первинною по відношенню до образу? Чи навпаки, образи сприяють метафоризації? Адже в наукових теоретичних конструкціях часто бачимо, як застосування певного образу задає їх метафоричний характер.

Один з прикладів знаходимо в монографії І.В. Єршової-Бабенко «Психосинергетика» (2015). Для пояснення того, наскільки важливим в наукових дослідженнях (будь-яких) є масштаб сприйняття навколишнього світу, окремих його об'єктів, авторка вдалася до образу намистинок, які можна розглядати окремо, а можна зібрати їх у квіточку – шість намистинок по колу і одна – у центрі. «В якій з намистинок знаходиться квітка?» – запитує читача авторка. І підказує: «Ні в якій... Розберемо намистинки. Є квітка? – ні... А намистинки є? – так... Намистинки можуть існувати без квітки, а вона – ні. Вони прості, а квітка – складна. Тепер знову поєднаємо намистинки у квітку і віднесемо її в дальній кут кімнати. Що ми бачимо? – точку. Ми не бачимо в ній вже ані квітки, ані намистинок, ми бачимо точку. За допомогою якої дії ми перетворили квітку на точку? – за допомогою зміни масштабу відстані між нами та квіткою, між нами та намистинками... А чи потрібно завжди пам'ятати, що намистинка може бути простою і складною? Ні, ми обираємо масштаб сприйняття нами навколишнього світу. Який масштаб обрали, таким і побачили світ – простим, точка-намистинка, складним, структура намистинки [94, с. 7 – 8].

Цей приклад зайвий раз доводить, що головною відмінністю наукової метафори від художньої є те, що в системі наукового пізнання актуалізується її гносеологічна функція, а не експресивна.

Як зазначає О. Степанова, «виникнення питання про когнітивну метафору спровокувало появу досліджень у сфері розумових процесів людини. Це підтвердило думку, що метафора – передусім вербалізований прийом мислення про світ. Сучасна наука ставить розвиток інтелектуальних навиків, творчості й образного мислення в пряму залежність від рівня метафоричного мислення» [93, с. 85].

Отже, всі дослідження метафори, як мовного та когнітивного феномену, як гносеологічного механізму, доводять її багатоаспектність та багатофункціональність.

Саме це і проявляється при застосуванні метафори «соціальна реальність як театр» (або «театр буття») до осмислення соціокомунікативних проявів культури.

### **1.3. Аспекти і підходи в осмисленні театрального в соціальній реальності**

Багатоаспектність прояву театрального в соціумі та культурі спричинила ситуацію, коли дослідження цього феномену у великій масі наукових робіт «існують гетерогенно» [95] і характеризуються такою ж багатоаспектністю.

Найбільш активно і плідно досліджуються такі аспекти прояву театральності:

– історико-філософський аспект таких явищ, як гра, ритуал, артистизм (І. Берлянд [96], О.Ф. Лосєв [97], Й. Гейзінга [98], М. Бахтін [99], Г. Гессе [100], А. Баканурський [5; 62], Ж. Дельоз [101], Ф. Йетс [102], С. Аверінцев [103]);

– погляд на театральність як властивість театру, як вираження його видової специфіки (Ю.М. Лотман [57], П. Паві [104]);

– міжжанровий аспект, в якому театральність розуміється як загальнохудожня риса, засіб художньої виразності (Т. Куришева [105], Н.А. Бердяєв [106], Е.Д. Гальцова [107]);

– екзистенціальний аспект в театральності творів мистецтва (Р. Барт [108], Ж.-П. Сартр [109], Л. Столович [110], Э. Фінк [111]);

– структурно-семіотична аналітика театральності і театру як культурного тексту (Н.А. Хренов [112], У. Еко [113; 114], Ж. Дерріда [60]);

– соціальний аспект театральності як елемента соціокультурного простору і особливої форми соціальної комунікації (А.В. Олянич [115], Р. Газетдінова [95], Г. Дебор [116]).

Серед підходів, що не виводять театральність за межі театру, але визнають складність цього явища, можна відмітити

також погляд на систему «театр – глядач» з точки зору синергетики [117].

Цей підхід вже давно і широко застосовується не лише для дослідження природних явищ та техногенних об'єктів [118 – 120], а й для вивчення театрального образу [121, с. 79], освіти [122], психіки [94; 123], мистецтва [124].

Для системи «театр – глядач» синергетичний підхід дозволяє змоделювати всю множину взаємозв'язків і впливів в цій системі, включаючи зворотні зв'язки, саморефлексію, стохастичність динамічних процесів у підсистемах, виявити структури, які накопичують інформацію про взаємодію з зовнішнім культурним середовищем, націленим на саморегуляцію [117].

Проте методологія синергетичного підходу до вивчення складних систем/середовищ дає підстави і театральність вивчати не лише в межах театру, а й в інших контекстах культури та соціальної реальності.

Адже включення синергетики в сферу соціально-гуманітарного знання обумовлено низкою факторів, які мають світоглядний та гносеологічний характер. До таких факторів відносяться оновлення загальнонаукової картини світу, посилення інтегративних тенденцій в науковому пізнанні, його гуманітаризація. Звернення до синергетики також пов'язано з ускладненням соціокультурної реальності, зміною характеру взаємовідносин людини із природою, в яких все більше проявляється криза. Крім того, міждисциплінарний і трансдисциплінарний характер синергетики дає підстави вважати, що саме в такому форматі можна найбільш адекватно дослідити соціальні процеси в умовах трансформації культурних контекстів, зміни мови сучасної культури, появи абсолютно нових явищ, які суттєво змінюють ракурс розгляду філософсько-культурологічних питань. Складність та багатозначність цих питань ускладнює и процес їх вивчення в межах окремих дисциплінарних методологій, в той час, як діалогово-комунікативні стратегії синергетики відповідають такій складності. Точніше, саме на таку складність вони й спрямовані, «працюючи» в умовах «стирання граней між окремими наука-

ми, їх спеціалізації не за предметами, а за проблемами» (за В.І. Вернадським) [125].

Отже, осмислення театральності буття в дискурсі синергетики потребує подальшого розвитку.

В аспекті, що пов'язує поняття «театральність» і «гра», сформувались два підходи, які умовно можна назвати «біологічним» та «соціальним».

В рамках «біологічного» підходу стверджується, що гра – передкультурна. Передкультурна у тому сенсі, що виникла раніше, ніж сама культура, раніше, ніж ритуально-магічні церемонії. Цей висновок робиться на підставі того, що у тварин теж спостерігається ігрова поведінка. Тому витоки гри бачаться у виникненні живих істот, а культурною універсалією вона становиться з появою людини, яка зробила ігрове існування невід'ємною частиною суспільного буття і фактором особистого життя. «Гра, – читаємо у А.Г. Баканурського, – величина, як у громадському, так і в особистому житті, постійна, проте лежить вона не на поверхні, іноді й непомітна. Пов'язано це не в останню чергу з тим, що багато її проявів мають біологічну, а не соціальну обумовленість» [5, с. 18].

«Соціальний» же підхід ґрунтується на уявленні про гру, як про виключно людську властивість.

Й. Гейзінга, стверджуючи, що гра є необхідним елементом соціального життя, який визначає сутність духовної культури, «змістовою формою, що несе смисли», порушував, тем не менш, питання про те, що є гра – породженням культури, або, навпаки, сама культура і є результатом [98].

Ф. Шиллер же, не розділюючи питання на «або – або», бачив тут взаємообумовленість: «Людина грає лише тоді, коли вона у повному значенні слова є людиною, і вона буває цілком людиною лише тоді, коли грає» [126, с. 302].

Власне, саме цей погляд на гру робить більш обґрунтованими спроби пов'язати такі поняття, як «гра» і «театральність», і через цей понятійний зв'язок вийти на феномен театралізації життя.

Втім, саме соціальний аспект фіксується у дефініціях, які пропонуються для визначення поняття «театральність».

Ось деякі з таких визначень.

*Театральність* – це гіперболічна поліфункціональна подвоєна реальність, яка формується засобами гри; специфічний механізм, що різноманітно використовується в людській практиці для вирішення важливих соціально-політичних, виховних, комунікативних та психологічних проблем [127].

*Театр і театралізована свідомість* – це форма соціокультурної ідентифікації суспільства, що дозволяє, з одного боку, кожному історичному типу соціуму створювати адекватний до своїх світовідчуттів театр, а з іншого – формувати відповідні типи соціотеатральної поведінки, яка вкорінюється у формах спілкування і самопрезентації індивідів [128].

*Театральність як культурна гра* – це система різних компонентів (гра, маска, соціальна роль, карнавал, маскарад, артистизм), яка одночасно може виступати в якості прийому або методики перетворення реальної дійсності, бути засобом організації дозвілля, представляти собою змістовий компонент певного культурно-історичного періоду або ситуації [129].

Деякі дослідники навіть вводять поняття «трансцендентний Режисер». Хоча й оперують ним не дуже впевнено. «Існує чи ні «трансцендентний Режисер», ми не можемо достовірно стверджувати, поки живемо в емпіричному світі, – пише О.О. Бувалець, – проте в останні роки дедалі частіше спостерігаємо, як сценаристами і режисерами конкретних історичних подій є реальні люди, котрі посідають те чи інше місце на шаблях влади. А іноді, навпаки, «історичний театр» режисує поки ще не відомими персонажами» [130].

Твердження про те, що якимись «не відомими персонажами» може керувати не Режисер, а «історичний театр» виглядає не дуже коректним в дискурсі театралізації. Бо якщо нема режисера, то й нема театру. Це вже інше явище. І потребує іншої термінології для свого описання.

Подібні уявлення про театр, або спектакль, який керує якимись процесами, а іноді, навіть, існує сам по собі, або сам для себе, зустрічаємо і в книзі Гі Дебора «Суспільство спектаклю»: «Спектакль розмірковує сам про себе як про щось надзвичайно гарне, безперечне і недосяжне» [116].

Намагаючись застосувати театральний термін «спектакль» для описання соціальних процесів, Гі Дебор надає суперечливі характеристики тим явищам, які він цим терміном позначає.

«Спектакль, – пише Гі Дебор, – це не сукупність образів, а суспільні відносини між людьми, опосередковані образами».

А через декілька абзаців читаємо, що спектакль – це «дещо протилежне діалогу. Спектакль – це безперервне розмірковування, ода існуючого порядку про самого себе, його хвалебний монолог».

Проте суспільні відносини між людьми не можуть будуватись на одному монолозі. Відносини (будь-які) – це завжди діалог. Не завжди вдалий, не завжди рівноцінний для обох сторін, але діалог.

«Спектакль, – далі розмірковує Гі Дебор, – неможна розуміти ні як викривлення видимого світу, ні як продукт технології масового впровадження образів».

І через декілька рядків: «Спектакль, як тенденція примушувати дивитись на світ за допомогою різноманітних спеціальних опосередкувань (світ більше не може сприйматись безпосередньо), природним чином обирає зір в якості привілейованого почуття...»

Так що ж тоді є цей «спектакль»? Якщо це – «тенденція примушувати дивитись на світ за допомогою спеціальних опосередкувань» (образів), то чому його «неможна розуміти, як продукт технології масового впровадження образів»?

Розуміючи, що таких суперечностей дуже багато, щоб залишити їх без уваги, Гі Дебор пояснює: «Джерелом тавтологічного характеру спектаклю є той простий факт, що його методи одночасно є і його цілями».



Тобто, знову ж таки, йдеться про те, що «спектакль» існує сам для себе.

А може, справа не у «спектаклі», а в тому, що поняття це використовується не зовсім коректно?

Спектакль, наприклад, не може бути тенденцією («тенденція примушувати дивитись на світ...»). Будь-який спектакль – це одноразова подія. Навіть якщо постановка входить до репертуару театру, кожен спектакль – окрема подія. Декілька таких подій також не створять тенденції, мова може йти лише про повторюваність з інтерпретаціями. Тенденцію може задавати (або відображати) не спектакль, а театр, як сукупність різних спектаклів/постановок, як складна система художніх та соціальних комунікацій/відносин.

Невідповідність назви трактату до його змісту все частіше змушує деяких дослідників робити зауваження, що «Суспільство спектаклю» «у відповідності до духу книги правильно було б перекласти як «Суспільство видовищ» [23, с. 96]. Але Гі Дебор назвав свій твір саме «Суспільство спектаклю» – *La Société du spectacle*. І саме це стало методологічною «пасткою» для його розмірковувань. І саме це слід враховувати при аналізі цієї книги. Бо проблема тут не в назві (вона якраз є дуже влучною), а в недосконалому деяких теоретичних конструкцій. Проте чи є можливою досконалість у форматі метафоричного осмислення дійсності? І чи завжди вона є необхідною? Адже саме такі розмірковування створюють підґрунтя для наукової дискусії, в ході якої, власне, і народжується більш повне розуміння сутності соціальних процесів і явищ.

По суті, обидва приклади – книга Гі Дебора і стаття О. Буваець – показують використання театральних термінів в якості художньої метафори, а не наукової.

Проте метафора, як вже було показано, може стати ефективним дослідницьким інструментом із потужним онтологічним ресурсом, якщо виступатиме в якості основи наукової концепції для певного філософського осмислення.

## **1.4. Концепція театральності соціокомунікативних проявів культури як стратегія філософського осмислення сутності і форм існування соціальної реальності**

Якщо під концепцією (від лат. *conception* – розуміння) розуміти систему поглядів, яка призначена для інтеграції певного масиву знання, пояснення та пошуку закономірностей [131], або як певний спосіб розуміння, трактування соціальних і культурних явищ і процесів, основну точку зору на них, то для соціокомунікативних проявів культури концепція театральності означає, що на будь-який акт комунікації можна дивитись, як на театральну виставу, спектакль.

Будь-яка наукова концепція передбачає:

- 1) певний термінологічний апарат;
- 2) стратегію дій – методологію дослідження.

Концепція театральності соціокомунікативних проявів культури передбачає використання для виявлення її соціально-філософських засад театральної термінології [132].

Якщо під театралізацією розуміти перетворення чогонебудь у театр, надання явищу, яке не має відношення до театру, театральних рис, то й описання цих явищ треба вести в театральних термінах. Методологічно таке перенесення термінів є цілком коректним, бо більшість з них є граничними описами понять і не виводяться з інших.

До того ж «де-факто» перенесення театральної термінології в інші дискурси давно відбувається. Наприклад, в політиці та політології широко використовуються такі словосполучення, як «політичний театр», «маріонеточний режим», «закулісні ігри», у військовій публіцистиці зустрічається вислів «театр військових дій» тощо. В науці також використовується театральна термінологія, наприклад, в соціології та психології, окрім згадуваної вже теорії соціальних ролей, існує концепція сце-

нарного програмування Еріка Берна, в управлінні проектами користуються методом розподілу ролей у команді тощо.

Найбільш широкого застосування цей прийом набув в дослідженнях Ірвіна Гофмана, особливо – в книзі «Представлення себе іншим у повсякденному житті» [133]. Завдяки цій книзі такі поняття, як «виконання», «реквізит», «трупа», «передній та задній план», «вихід з ролі» та інші, стали інструментами соціологічного аналізу повсякденного управління враженнями. Театральна вистава стала також джерелом таких театроетичних метафор: «місце як сцена», «спілкування як демонстрація», «повсякденні артефакти як реквізит». Гофман пише: «Звісно ж, не весь світ є театральною сценою, але важко знайти важливі сфери життя, для яких це не було б справедливим».

В своїй пізній творчості Гофман відмовляється від застосування власної системи «ситуаційних» понять, побудованих на театральних аналогіях, і починає користуватись більш загальними, широкими, але й більш розпливчатими термінами, такими, як «діяльність», «практика», «досвід».

Відхід від театральної метафори був обумовлений тим, ймовірно, що читачі Гофмана постійно переоцінювали творчі здібності людей (які переважно механічно слідують знайденим до них рішенням) у фабрикації ілюзій, підтасовці умов взаємодії і т.д., незважаючи на застереження Гофмана, що життя – це все ж такі не театр, що навіть сам цей театр – не цілком інсценоване дійство, багатьма коріннями та зв'язками він йде у реальність [134].

Це змусило його ввести поняття «фрейм» (від англ. *frame* – рамка). В загальному сенсі воно означає смислову рамку, яка використовується людиною для розуміння чогось та дій в рамках цього розуміння, цілісність, в рамках якої люди осмислюють себе у світі. Тобто слово «фрейм» тут означає стійку структуру, когнітивне утворення (знання і очікування), а також схему репрезентації [135].

Поняття «фрейм» Гофман застосовує також і в якості синоніму «ситуації» (або «визначення ситуації»). Водночас це і «матриця ймовірних подій», яка виникає завдяки «розташу-

ванню ролей», і «схема інтерпретацій», яка присутня у будь-якому сприйнятті [136].

Але все це нагадує жанрові рамки, які існують і в драматургії, і в театрі. Отже, якщо б Гофман не відмовився від застосування театральної термінології, то цілком обґрунтовано можна було б замість «фреймів» використовувати поняття жанру, який передбачає певні рамки і стала основою при безлічі інтерпретацій. Намагаючись поєднати ці прояви в одному терміні «фрейм», Гофман додає поняття ситуації, через яке пояснює сталі ситуації, що повторюються у соціальній взаємодії, і при цьому слідує неконструйованому, спонтанному «порядку». Фрейм претендує у Гофмана на статус універсальної пояснювальної категорії: він «всередині» та «зовні», він представляє собою і засіб сприйняття, і те, що сприймається [136]. Як зауважує Гофман, «структура «фрейму», на відміну від «ситуації», стала і не підпадає під вплив повсякденних подій. Вона аналогічна правилам синтаксису» [133].

До метафори синтаксису Гофман звертається не випадково. «Структуралістська революція», яка сталася у 1960-70-х роках минулого століття, призвела до захоплення дослідників комунікацій ідеєю пошуку «мета-коду», схеми впорядкування взаємодій, яка існувала б незалежно від змісту цих взаємодій. На тлі цього захоплення в дослідженнях штучного інтелекту, наприклад, ефективною стала ідея вивчення структур представлення інформації. Поняття «фреймів», як неконструйованих форм соціальної взаємодії, є продовженням дискусії, що була породжена структуралістським підходом [137].

Фрейми, за Гофманом, організуються в системи фреймів (англ. *frameworks*). Онтологічний пріоритет серед систем фреймів мають первинні системи, за якими не ховається ніяка інша «справжня» інтерпретація; ці первинні системи фреймів саме і представляють собою «справжню реальність». Первинні системи фреймів розподіляються на природні та соціальні. При цьому первинні системи фреймів, котрі складають фундамент світу повсякдення, не привертають уваги Гофмана: його цікавлять можливі перетворення «справжньої живої діяль-

ності» в дещо пародійне, підроблене, «несправжнє». Гофман виділяє два типи таких трансформацій – «переключення» та «фабрикація» [137].

Переключення – спосіб реінтеграції певної діяльності, яка вже осмислена в базовій системі фреймів, її переведення в іншу систему координат, яка створює певний світ вигадування. В якості світу вигадування можуть розглядатись світ тексту, світ сну, світ спектаклю, світ спортивного змагання, церемоній, ігор тощо. В них «справжня» діяльність стає «перетвореною».

Фабрикація – цілеспрямоване формування неправдивого уявлення про те, що відбувається: розіграші, експериментальні інсценування, навчальний обман (злам сейфу для тестування системи безпеки), «патерналістські конструкції» (приховування інформації задля блага жертви), перевірки (введення жертви в оману для оцінки її дій), численні форми зловмисного обману [137].

Але ж все це також можна описати, застосовуючи театральну термінологію.

Втім, імплементація театральної термінології в сферу досліджень соціокомунікативних проявів культури не є самоціллю. За зовнішньою «театралізацією» термінологічного апарату тут стоїть зміна способу (формату) мислення. Це є дослідницьким інструментом, що дозволяє «переключитись» на іншу точку зору, на нову форму сприйняття і, відповідно, інтерпретації.

А в результаті – дає можливість побачити те, що раніше залишалось поза зоною уваги дослідників. Таким чином створюються умови для появи нового знання [138 – 140].

Проте зміна точки зору, сама по собі, ще не породжує нового знання. Для відповідного аналізу, осмислення та інтерпретації потрібен складний методологічний апарат.

З урахуванням складності, багатоаспектності, різноманітності явищ, які досліджуються в даній роботі, найбільш доцільним є застосування комплексного підходу, що формується в ца-

рині культурології та соціальної філософії і відповідає міждисциплінарному характеру досліджень, – соціокультурного аналізу.

В соціокультурному аналізі зазвичай виділяють три основні аспекти наукового пізнання – соціально-філософський, соціологічний та антропологічний. Відповідно до цих аспектів виділяються й три рівня – загальнотеоретичний, соціально-або культурологічно-науковий та конкретно-емпіричний [141].

*Загальнотеоретичний рівень* передбачає філософське узагальнення уявлень про циклічність розвитку суспільного життя, багатомірність і різноманітність явищ і процесів, що відбуваються у культурному просторі тощо.

На *соціально-науковому рівні* відбувається виокремлення та комплексне вивчення інституціональних та поза інституціональних сторін соціального життя. Культура тут розглядається як передумова або умова виникнення інституціональних (стандартизованих та нормативно узаконених) структур соціальної організації, а людина, особистість – як фактор формування її позаінституціональних структур.

Дослідження цих соціально-наукових передумов базуються на багатьох аналітичних засобах, які використовуються в соціології та культурній антропології. До таких засобів, зокрема, відносяться інституціональний аналіз та антропологічний аналіз.

Інституціональний аналіз ґрунтується на уявленнях функціоналістів (Б. Маліновський [142]) та структуралістів (А. Редкліфф-Браун [143]) про те, що завжди існує мета, яка поєднує членів групи в інститут і визначає характер їхньої поведінки у конкретному виді діяльності. Тут важливим є визначення не лише цієї мети, а й всіх зв'язків, які мають місце і в межах інституту, і поза ними. Бо саме це дає можливість простежити процес трансформації різних неформалізованих видів людської діяльності в нормалізовані, або, навпаки, перехід системних, цілісних структур до диференційованої, різноспрямованої активності суб'єктів.

Антропологічний аналіз спрямовується на виявлення та описання позаінституціональних феноменів людського бут-

тя. На думку багатьох антропологів, для того, щоб зрозуміти соціальну організацію того чи іншого народу, його інститути та звичаї, треба спочатку виявити та вивчити різні позаінституціональні феномени людського буття [144].

*Емпіричний рівень* соціокультурного аналізу (як і будь-якого наукового дослідження) включає збір фактів, їх первинне узагальнення, опис даних, що отримані шляхом спостережень або експериментів, їх систематизацію, класифікацію та іншу фактофіксуючу діяльність.

Щодо *загальних філософсько-методологічних* принципів соціокультурного аналізу, то, зазвичай, до них відносять принцип єдності у таких його проявах: взаємозв'язок ідеальних та реальних проявів соціокультурного життя; взаємозв'язок суб'єктивних, об'єктивних та інтерсуб'єктивних сторін соціального життя; взаємозв'язок «природних» і «штучних» елементів соціального життя; взаємозв'язок особистісних, культурних та організаційних компонентів соціального життя; взаємозв'язок повсякденних дій та соціально значущих подій; взаємозв'язок функціональних та динамічних процесів соціального і культурного розвитку; композиція (декомпозиція) та конфігурація «системних» і «життєвих» структур, явищ і середовищ на основі загальноприйнятих правил, норм і цінностей [145 – 147].

*Соціально-наукові засади і методи* соціокультурного аналізу характеризуються певною сукупністю принципів, методів, процедур та правил, які дозволяють описувати і пояснювати соціокультурні проблеми та процеси з більш-менш прийнятним ступенем достовірності.

Комплексність цього аналізу, власне, і полягає у поєднанні в ньому різних загально-наукових принципів, таких, як системність, єдність та різноманіття соціального життя, аксіологічна орієнтація тощо. Всі вони входять до складу основних дослідницьких підходів: соціального та культурного.

Відрізняються ці два підходи тим, що соціальний аналіз спрямовується на дослідження соціальних якостей людини як особистості та інституціональних форм, представлених в

нормативно опосередкованих і статусно обумовлених ролевих відносин, а культурний аналіз орієнтується на вивчення природного та культурного середовища існування людини, а також тих життєвих форм, що обумовлені оточуючим середовищем і виражені в культурі як в універсальному та специфічному способі існування і розвитку соціуму.

Соціальний аналіз складається з інституціонального та позиційного методів.

Виділення інституціонального аспекту суспільного життя в окрему предметну галузь відповідає поглядам Т. Парсонса, Ю. Габермаса, П. Бергера, Т. Лукмана, Дж. Тернера та інших дослідників [148; 149; 150], на думку яких інституалізація виражає процес і результат структурного та функціонального поєднання культури і соціальної системи.

В основу позиційного методу покладено концепцію соціального простору П. Бурдьє [151]. Метод застосовується для вивчення закономірностей соціальної поведінки суб'єктів життєвого процесу.

Культурний підхід ґрунтується на методах, що сформувались в культурній антропології.

На відміну від соціології, яка вивчає структури, процеси та інститути суспільства в їх взаємозв'язку, антропологія вивчає різні життєві форми. Вони досліджуються як позаструктурні, позаінституціональні способи існування людей, які обумовлені природними, культурними та соціальними факторами. Крім того, антропологія розглядає життєві форми як поєднання в людині біологічного і соціального.

Якщо життєві форми розглядати як цілісні культурні утворення, то в якості їх типових проявів можна виділити такі одиниці:

- артефакти (матеріальні прояви життєвих форм, їх ресурси);
- організаційні типові дії (певні технології та моделі поведінки);
- символічні аспекти (загальні ідеї і культурні смисли).



В залежності від того, яка з цих одиниць стає об'єктом досліджень, до соціокультурного аналізу додаються такі методи та підходи, як історичний, системний, порівняльний, семіотичний, міфопоетичний тощо.

Весь цей комплексний методологічний апарат застосовується в даному дослідженні для:

1) підтвердження і розвитку робочої гіпотези про те, що театральність виникає лише тоді, коли є «актор» і «глядач» (публіка), і між ними відбувається акт комунікації (будь-якого виду, рівня, масштабу). Тобто наявність комунікації тут розуміється як визначальна ознака і умова прояву театральності;

2) виявлення й осмислення соціально-філософських засад театральності соціокомунікативних проявів культури.

## **Висновки до розділу 1**

1. Методологічний апарат для вивчення, осмислення та прогнозування соціальної реальності (її сутності та форм) постійно доповнюється новими підходами, відповідно до змін, які відбуваються у соціумі, та появи нових стратегій наукового пізнання. В загальнонауковому аспекті ці стратегії призвели до змін та доповнень фундаментальних принципів класичної науки некласичною та постнекласичною картинами світу. Це відобразилося і на підходах в осмисленні процесів, що відбуваються у системі «особистість – соціум – культура».

2. Одним із підходів до осмислення соціальних процесів і явищ є погляд на них, як на театральну виставу. Цей підхід, як і взагалі пошуки театального поза межами театру, породив велику кількість теоретичних конструкцій, спрямованих на пояснення природи і форм театральності буття в різних аспектах: від культурних практик повсякдення до філософського осмислення соціальної реальності.

Деякі з цих конструкцій формують погляд на театралізацію життя не лише, як на культурну гру, а й як на особливу форму соціальних комунікацій.

3. Констатація тих фактів, що прагнення людей до театралізації різних видів їх діяльності є незмінним, навіть, здається, іманентним, і що соціальні комунікації часто набувають рис театральності, дає підстави запропонувати в якості дослідницького підходу до осмислення сутності й форм існування соціальної реальності концепцію театральності соціокомунікативних проявів культури.

Як і будь-яка наукова концепція, вона передбачає певний термінологічний апарат – перенесення театральної термінології в нетеатральні дискурси, та методологію – соціокультурний аналіз із залученням (відповідно до об'єкту дослідження) таких методів і підходів, як історичний, системний, порівняльний, семіотичний, міфопоетичний тощо.

4. Концепція театральності соціокомунікативних проявів культури дозволяє поєднати (і в цьому поєднанні розвинути) різні спроби осмислення театральності буття, які гетерогенно представлені в працях багатьох дослідників.

В цьому плані вона є і своєрідною «точкою зборки» різних філософських дискурсів, які сформувалися в рамках онтологічного «повороту»: іконічного, просторового, медіального, перформативного та інших «поворотів».

## Розділ 2

# ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНЕЗИСУ ТА ПРИРОДИ ТЕАТРУ, ТЕАТРАЛЬНОСТІ, АРТИСТИЗМУ

Виявлення і осмислення соціально-філософських засад театральності соціокомунікативних проявів культури, як і взагалі театралізації життя, неможливі у відриві від дослідження генезису театру, а також природи театральності і артистизму.

### 2.1. Театр і театральність: витоки

Поява театру як виду мистецтва обумовлена творчим потенціалом людей, спроможних формувати свої уявлення про світ та своє місце в цьому світі, створювати та зберігати «ідеальну реальність», що наповнена символами, специфічними мовами і кодами, зрозумілими тільки їм.

Як один з феноменів європейської «ідеальної реальності» театр з'явився в Древній Греції. Він виріс з містерій, які присвячувалися богам землеробства і плодючості землі – Деметрі, її дочці Персефоні, Діонісу.

Містерії, присвячені Деметрі та Персефоні, проводилися в Елевсіні.

Міфологічне підґрунтя цих містерій детально розібрав Джеймс Фрезер в книзі «Золота гілка». Аналіз обрядів він проводив, спираючись на гомерівський гімн Деметрі, в якому описані саме Елевсінські містерії (в Афінах подібні свята почали проводити значно пізніше). На думку Дж. Фрезера, поет надав не просто загальний опис заснування Евлесінських містерій, а «на більш-менш туманній міфологічній мові він дав пояснення походженню окремих обрядів, які ... були важливими складовими частинами свята Деметри» [152, с. 437]. У числі таких обрядів: попередній піст для всіх неофітів; факельна хода; цілонічне неспання; звичай саджати неофітів на сидіння, вкриті шкурою вівці; вимога до неофітів зберігати мовчання; використання лайливих слів та озвучення непристойних жартів; урочисте прилучання до богині ковтком відвару з ячменю.

До більш «глибокої таємниці» Елевсінських містерій автор відносить показ віруючим зжатого хлібного колосу.

Все це дозволило не лише виявити зв'язок містерій з міфом, а й означити їх драматично-символічний характер.

Містерії, що присвячувалися Діонісу, щорічно проводилися в Афінах. Під час цих свят хор «сатирів», вдягнених у козячі шкури, виспівував пісні (дифірамби), в основі яких лежали міфи діонісійського кола.

В цьому, до речі, полягає одна з корінних відмінностей фіксації, збереження та побутування міфів в античній культурі від культури Сходу. В східних релігіях міфи «осідали» в священних текстах, які взялися трактувати жерці. Єгипетські жерці, наприклад, спромоглися всіх переконати у тому, що книги таємної мудрості дав їм бог Тот (котрого греки називали Гермесом Тричі Величнішим, або Гермесом Трисмегістом). Ці книги наглухо (герметично) зашифровані, щоб знаннями могли скористатися лише обрані [153]. Так, оголосивши себе «обраними», жерці змогли зорганізуватись у могутню касту, яка монополізувала духовний розвиток населення. В Греції

ж священних писань не було. Отже, не було й потреби у спеціальних, обраних тлумачах. Жерці (або ієрофанти), наявність яких відмічається, наприклад, в культурі Деметри [154], були, скоріш за все, «розпорядниками свята»: вони головували на урочистостях, проводили ініціацію неофітів.

Втім, вся грецька релігія була «близькою до народу».

Греки сприймали своїх богів красивими, могутніми, але не всемогутніми. Грецькі боги, так само як і люди, підкорювались закону вищої необхідності. Це приземляло грецьких богів, робило їх світ ближчим до людини: через напівбогів, культурних героїв [155; 156].

І особливо – через культ Діоніса, котрий як раз й поєднував в собі риси напівбога (син Зевса та смертної жінки Семели) і функції культурного героя (навчив людей виноградарству і виноробству, прославився як засновник оргій).

Культ Діонісу був розповсюджений по всій Греції в VII ст. до н.е., об'єднав в служінні богів всі верстви суспільства і тому був глибоко демократичним. «Екстаз та екзальтація прихильників Діонісу, – зазначав О.Ф. Лосев, – створювали ілюзію внутрішнього єднання з божеством і тим самим мовби знищували непрохідну прірву між богами і людьми» [157, с. 332].

Таким чином, культ Діоніса, посилюючи людську самостійність, знижував актуальність міфологічної складової. Тому міфи тут трансливались і трактувались у вільній атмосфері народної творчості.

І тому не дивно, що серед пісень діонісійського циклу були не лише урочисті, але й веселі, глузливі. Й ті, й інші формували культову драму, в якій все більше виокремлювалась творчість конкретного автора – поета/драматурга.

В Аттіці Діонісу були присвячені Великі, або Міські, Діонісії, до складу яких входили не лише урочисті процесії та хорівий спів сатирів, а й змагання трагічних та комічних поетів (проходили у березні – квітні); Ленеї, що включали виконання нових комедій (січень – лютий); Малі, або Сільські, Ді-

онісії, під час яких повторювалися драми, вже зіграні у місті (грудень – січень) [158].

Так з обрядових пісень та ігрищ на честь Діоніса виростили три жанри древньогрецької драми: трагедія (букв. – пісня козлів), комедія та сатирівська комедія.

Роком народження античного театру вважається 534 р. до н.е., коли афінський поет Феспід під час Великих Діонісій до хору додав одного з акторів-декламаторів, якого називали гипокритом [159]. Декламатор (або «відповідник», «коментатор») мав можливість вступати в діалог з хором, зображати різних персонажів міфів.

Згодом Есхіл додав до хору другого декламатора, а Софокл – третього. Декламатори вже могли спілкуватись не лише із хором, а й між собою, що зробило можливим драматичне дійство, не залежне від хору.

Таким чином, діалог став свого роду драматичним першоелементом, який з часом отримав літературну обробку. А оскільки діалог передбачає наявність ще й міміки, дії, то все більше в ньому проявлялась акторська гра.

Говорячи про діалог, як про драматичний першоелемент театральності, неможливо обійти увагою і той факт, що в древньогрецькій філософії також мали місце діалоги. Саме в цій формі Сократ викладав свої філософські роздуми. Він не вважав за потрібне записувати ці думки, створювати книги. На думку Генріха Волкова, «в книгах живе слово та думка омертвляються, предстають чимось незмінним, даним раз і назавжди, а це суперечить діалектичному чуттю Сократа» [160, с. 48].

Сократ надавав перевагу не затвердженню якихось постулатів та принципів, а самому процесу дискусії з конкретним співрозмовником. Співрозмовник може заперечувати, викривати слабкість аргументації і, як наслідок, спонукати до пошуку нових доводів. Іншими словами, для Сократа діалог на філософські теми – це не просто бесіда, а поєдинок. Або – конфлікт, як обов'язковий елемент гарної драматургії. Посиленої, до того ж, ефектним прийомом – іронією. Як зазначав

К. Маркс, сократівська іронія виступає «в якості діалектичної пастки, за допомогою якої буденний здоровий глузд має вийти із свого закостеніння і дійти – не до самовдоволеного всезнайства, а до іманентної йому самому істини, – ця іронія є не що інше, як форма, що притаманна філософії в її суб'єктивному відношенні до буденної свідомості» [161].

Зовсім інший бік іронії Сократа висвітлює О.Ф. Лосєв: «...Його посмішки доводили до сказу, його на вигляд несподівані аргументи дратували і нервували найбільш моторних та напористих. Така іронія нестерпна. Чим можна осадити такого невловимого, крученого перевертня? Це ж сатир, смішний і страшний синтез бога і козла» [162].

Порівняння філософа із сатиром – ще один штрих до картини перебудови містерій в нові смислові форми.

Мабуть, не випадково у судьбі та творчості Сократа так тісно переплелися його власна іронія та Іронія життя, трагедія і комедія. Не встигнувши ще як слід закріпитися в античній культурі, комедія стала причиною трагічного кінця великого філософа. Адже саме комедія Аристофана «Хмари» послужила обвинуваченням проти Сократа, яке було висунуто з фанатичною серйозністю у судовому порядку. Той факт, що в комедії Сократ показаний, як майстер «кривих промов», як софіст [163], над котрими він як раз і глузував, не засмутив ані присяжних (яких було 500 осіб), ані суддів.

Ученик Сократа – Платон, який був присутній на судовому процесі, зазнав такого сильного потрясіння, що задався питанням: «Як жити далі у суспільстві, яке карає за мудрість?». Це питання породило і питання про те, яким має бути суспільство, збудоване у відповідності до мудрості. Так народилась перша філософська утопія про справедливий суспільний лад, яка згодом суттєво вплинула на розвиток утопічних ідей у філософії та літературі [164; 165].

Втім, і тут не обійшлося без драматургії. Цікаве спостереження зробив Д.В. Панченко [166]. Створивши образ своєї ідеальної «Держави», Платон, як справжній художник слова, не міг встояти перед спокусою показати його в припустимих

обставинах та подіях. Цей мислений експеримент представлено у відомому діалозі «Тімей», в якому розповідається про війну між стародавніми утопічними Афінами і царями Атлантиди. Афіни тут наділені всіма рисами платонівського ідеалу: вони впорядковані, розумні, керуються філософами. І при цьому – відверто нудні. Тому, як зазначає Д.В. Панченко, цінності, що складають ідеал, потребували доповнення у вигляді цінностей, що винесені за рамки ідеалу. Вони й склали образ Атлантиди. Тут і царська влада східного типу, і зовнішня розкіш, і морська могутність. Саме ці «цінності, що не увійшли до ідеалу», склали такий образ, що його блиск осліпив не лише романтиків всіх наступних часів (від Френсіса Бекона до сучасних «атлантологів»), а й навіть самого автора. Наступний твір Платона – «Критій» – присвячений вже в основному Атлантиді. Про свої пра-Афіни він ледве згадує. Бо, як зазначає Л.А. Мосіонжник, «про них все сказано» [153, с. 237].

Можна лише додати – а якщо все сказано, то нема про що сперечатись, нема чого відстоювати, нема за що боротись. Нема місця конфлікту. Нема потреби у діалозі. Отже, нема й драматургії.

А якщо про таку державу (або світ) нецікаво писати/читати, то й жити в ній нецікаво?..

Хай там як, але був ще один античний філософ, який підживлював свою «дослідницьку драматургію» їдкою іронією, – Діоген. Він теж часто використовував діалог як можливість зробити свою думку більш виразною.

Принаймні, такої форми набували його суперечки з Платоном: і тоді, коли він топтав циновку, вигукуючи: «Топчу спесивість Платона!», і тоді, коли на твердження Платона про те, що людина – це істота «двонога без пір'їв», приніс до Академії обципаного півня зі словами: «Ось людина Платона!»...

Хоча Платон і називав Діогена «збожеволівшим Сократом» [167], його епатажність навряд чи була самоціллю. Він так само, як і Сократ, свою філософію підтверджував власним образом життя. Наприклад, ідею аскетизму він затвер-



джував, мешкаючи у піфосі, зводячи до мінімуму всі побутові потреби.

Всенародність і публічність тут також мали місце. Не дивлячись на те, що, згідно з Діогеном Лаертським, філософ із Синопу залишив чотирнадцять праць та дві трагедії [168], він часто читав філософські лекції на площах, ведучи, таким чином, діалог не лише з «колегами по цеху», а й із суспільством.

Все це дає підстави припустити, що театральність стала однією з форм «виростання» людства з первісного міфу: від міфологічної свідомості – до філософського методу пізнання; від містерій міфологічного змісту – до мистецтва драми і театру [169].

Так чи інакше, античний театр з самого початку був мистецтвом народним, яке з'явилося як необхідний елемент у соціальному та духовному житті людей. Про це свідчить не лише той факт, що древньогрецький театр був установою громадською, яка утримувалась за рахунок держави, але й те, що, незважаючи на появу професійних драматургів та акторів, паралельно існували і театри «самодіяльні».

Наприклад, в Древній Греції міми (невеличкі сценки на побутові теми, сатиричні або пародійні) спочатку виконувалися селянами і мешканцями міст, а потім з'явилися бродячі трупи мімів. Вони обходились без вражаючих масок та пишних декорацій, виходили на скромні дерев'яні підмостки. Проте були настільки популярними, що їх мистецтво переступило кордони Еллади, ставши найулюбленішим видовищем в містах Середземномор'я.

В грецьких колоніях на Сицилії в IV–III ст. до н.е. особливою прихильністю глядачів користувались і фліаки (от грец. *phlyax* – жарт) – веселі народні театральні вистави. Фліаки представляли собою аналог мімів, але з однією відмінністю – актори тут грали у масках. Вони пародіювали міфи, відомі трагедії та комедії, звертались до сюжетів, які брали з повсякденного життя [170].

В цілому, можна сказати, що з діонісійських містерій розвинулись дві ігрові форми буття – карнавал і театр.

При цьому карнавал, за визначенням М. Бахтіна, це «видовище без рампи і без розділення на виконавців та глядачів. У карнавалі всі активні учасники, всі долучаються до карнавального дійства. Карнавал не споглядають і, строго говорячи, навіть не розігрують, а живуть в ньому, живуть за його законами, поки ці закони діють, тобто живуть карнавальним життям» [99].

Театр же завжди передбачає розподіл учасників на акторів та глядачів.

Відповідно, коли і карнавал, і театр «виходять» за межі власне карнавалу і театру, тобто у життя, в різні соціальні сфери, то зберігають ці свої визначальні властивості.

Тобто театралізація виникає у житті лише тоді, коли з'являються умовний «актор» і умовна «публіка» (або не умовна).

Таким чином, дослідження генезису театру і театральності показує, що джерелом театралізації життя як одного з феноменів європейської культури є древньогрецькі містерії, які присвячувались богам землеробства та плодючості землі – Деметрі, Персефоні, Діонісу. Ці містерії породили дві ігрові форми буття – театр і карнавал.

Процесу трансформації містерій у театр сприяло розширення функцій діалогу, який можна вважати драматичним першоелементом цього явища. Оскільки діалог був ще і однією з форм філософських роздумів древньогрецьких мислителів, то слід визнати наявність драматичного першоелемента і в античній філософії.

Визнання діалогу драматичним першоелементом дозволяє припустити, що театральність стала однією з форм «виростання» людства з первісного міфу: від міфологічної свідомості – до філософського методу пізнання; від містерій міфологічного змісту – до мистецтва драми і театру.

## 2.2. Осмислення природи театральності комунікацій в системі «особистість – суспільство – культура» через концепт «маска»

Дискусія щодо природи театральності буття ведеться давно, створюючи специфічний міждисциплінарний дискурс в гуманітарних науках [171; 172].

Прояви театральності в різних сферах мистецтва і життя М. Євреїнов пояснював «волею до театру», яка притаманна всьому людству: життя, поміщене в шаблонні рамки, сприймається, як нудне й прісне, і щоб його урізноманітнити, люди грають, уявляючи себе та інших не тими, ким вони є насправді [173]. Цю думку транслює і Д. Ращупкіна, стверджуючи, що в основі театралізації життя лежить притаманний людині інстинкт театральності. Люди перетворюють своє життя в театр, преображаючи «дійсність, яка їх не задовольняє», намагаючись вийти за рамки, встановлені життям [174].

Але хіба театр не передбачає рамок? Рамок, що задаються сюжетом, жанром, ролями? Чи не в театрі винило поняття ампула? І чи не використовуються в театрі маски, функції яких полягають саме в обмеженнях?

Наприклад, в італійській комедії дель арте маска – це і власне маска, яка закривала обличчя актора повністю або частково (іноді вистачало накладного носа або великих окулярів), і соціальний типаж, загострений до шаржу, з незмінними образом, рисами характеру, «психологією». «Психологія» персонажу-маски не передбачала складності і визначалась соціальним положенням або професією (публіка легко впізнавала жадібного купця Панталоне, боягуза і хвалько Капітана, псевдовченого Доктора, веселих, пустотливих, гострих на язик слуг – Брігеллу, Арлекіна, Серветту). Актор, який одного разу вдало виступив в якійсь масці, потім постійно з'являвся в ній на сцені, що, власне, і сприяло виникненню поняття «ампула», як спеціалізація актора на певному колі ролей.

Сучасний театр вже не практикує амплуа (в «Сучасний театральний-драматичний словник» [175] це поняття вже й не включено), але певні рамки все ж такі існують.

Так у чому ж сенс заміни одних рамок на інші?

Адже і самому театру вже тісно у власних рамках, і він активно шукає способів виходу за їх межі – у глядацький зал, на вулиці та площі, втягуючи публіку в процес комунікації, співтворчості. «Глядач, таким чином, не лише включається у сценічний метафікціоністський процес, а й стає його персонажем. В ньому поєднуються функції автора, що вигадує власний світ, і персонажу, що діє в цьому світі» [2].

Втім, руйнування певних меж у театрі почалося значно раніше, з того моменту, коли театр (в основному, європейський) став відмовлятися від масок.

Маски завжди виконують дві функції – обмеження та розмежування. Ритуальні маски були не лише засобом візуалізації міфологічних образів та уявлень [176], а й маркірували представників іншого світу, чітко відмежовуючи їх від світу людей [177]. Театральна маска символічно позначає границю між життям та мистецтвом. Недарма ж в давньогрецькому театрі, коли глядачі були незадоволені грою актора, перед тим, як почати жбурляти в нього яблуками, горіхами та камінням, змушували зняти маску.

Сценічне мистецтво, яке прагнуло різноманіття ролей та акторської гри, поступово відмовлялось від масок. Говорячи про театральне мистецтво нового типу, О. Блок, зокрема, зазначав: «Новий актор – вже не масочний герой, а людина, що страждає з усіма» [178, с. 254].

Виконуючи функцію розмежувача, маска, тим не менш, не перетворюється на «глухий мур» між світами. Навпаки, опинившись в пограничному стані, вона починає виконувати функції медіатора між цими світами.

Власне, цю функцію у буквальному сенсі виконували маски в античному театрі. Вони не лише допомагали візуалізувати образ персонажу, а й посилювали голос виконавця, що було більш важливим, ніж гра обличчям, яка не мала сенсу в умовах

великих амфітеатрів (важливість саме голосу акторів, їх реплік обумовлювалось ще й тим, що, як вже зазначалось, драматичним першоелементом античного театру був діалог [169]). Маски вироблялись з різних матеріалів (шкіра, віск, тканина, глина). Рот маски моделювався у формі рупору та оздоблювався металевими (бронза, мідь, срібло) накладками або вставками для посилення резонансу. Тому римляни позначали таку сценічну маску словом *persona*, від *personare* – «звучати».

Ось ці дві функції масок – обмеження та розмежування – переносяться і на метафору маски/ролі в осмисленні соціальних відносин.

Погляд на різні моделі поведінки, мовлення, зовнішнього вигляду людини як на ролі/маски в «театрі» життя не є новим. В давнину вже існувало усвідомлення того, що кожна людина носить чотири маски: маску людини (як індивіду), маску особистості, маску соціального статусу та маску професії [179]. Кожна з цих масок позначала відповідний варіант ідентичності людини, вказувала її місце в системі соціальних відносин.

Це фіксував ще у XVI столітті Ронсар:

Господний мир – театр. В него бесплатный вход  
И куполом навис вверху небесный свод.  
На сцене, как всегда, теснятся персонажи.  
Иной переодет, иной без маски даже!  
Костюмы госпожа Фортуна им раздать  
Заранее спешит – кому какой под стать...

Поступово цю ідею було розвинуто до теорії соціальних ролей (У. Доллард, К. Левін та ін.), яка виходить з того, що суспільство пропонує кожній людині набір стійких моделей поведінки (ролей), які визначають її соціальний статус. Ці ролі накладають відбиток на характер поведінки людини, її відносин з іншими людьми [180, с. 333].

Одночасно приходило і розуміння того, що маски/ролі обмежують особистість. Григорій Сковорода, наприклад, так висловлювався з цього приводу: «К чому тебѣ финикова епанча Павлова? К чому Антонієва борода, а Савин монастирь,

капишон Пахомієв?.. Сей есть один только монашескій маскарад» [181, с. 277].

А Мішель Монтень, вважаючи, що більшість занять людських – лицедійство, попереджав у своїх «Дослідах»: «Маску і зовнішній вигляд неможна робити сутністю, чуже – своїм» [182, с. 186].

Цю точку зору поділяло багато письменників та поетів, наділяючи схильністю до соціального маскараду не найкращих персонажів своїх творів.

... Чем ныне явится? Мельмотом,  
Космополитом, патриотом,  
Гарольдом, квакером, ханжой,  
Иль маской щегольнёт иной... –

перелічував О. Пушкін можливі «маски» Онегина в підтвердження його вміння лицемірити.

Приблизно з тими ж інтонаціями описував і М. Лермонтов свого персонажа з «Маскараду» – Шприха:

... с безбожником – безбожник,  
С святошей – езуит,  
меж нами – злой картёжник,  
А с честными людьми –  
пречестный человек.

Велика кількість масок в «театрі» однієї людини може свідчити як про нездатність сформувати власне «Я», так і про свідоме обігрування різних моделей комунікації з іншими людьми та суспільством.

Аналізуючи особливості мовної поведінки різних типів особистостей, Т.А. Чеботнікова констатує, що вони по-різному реалізують комунікативну стратегію «мовна маска». Дослідниця також відмічає, що сьогодні спостерігається пропаганда «переважно протейського, ігрового стилю, сутнісною характеристикою якого є множинність та непостійність або безкінечна низка експериментів, що здійснюються особистістю», і що такий стиль життя «формує гутаперчевих особистостей» з качуковими обличчями, які здатні змінюватись в залежності від

обставин і ринкової кон'юнктури з повним усвідомленням того, що способи вироблення образу безкінечні» [183, с. 79].

Змінюючи маски, людина не лише підлаштовується під задані комунікаційні та поведінкові схеми, а й намагається знайти, сформувати або зберегти власне «Я». Адже будь-яка маска, яку «надіває» людина, – це її маска. Навіть якщо ця маска нав'язана обставинами, з великого різноманіття варіантів людина обирає (або вигадує!) ту, яка краще за всіх підходить саме їй. Отже, маска індивіда – це він, індивід, і є. Це його спроба знайти себе іншого. Точніше, ще одного себе. Ще одну грань своєї особистості [184]. Тобто маска не знищує особистість, а розширює її соціальний діапазон.

Надіваючи «маску», людина грає. А гра, як зауважив Герман Гессе, дає людині можливість знайти саму себе через «прогривання» той тисячі облич, які зосереджені в ній одній.

Такі погляди співвідносяться і з концепцією множинності соціальної особистості, запропонованою Вільямом Джеймсом. Згідно з цією концепцією, людина, оскільки вона бере участь в багатьох різних соціальних групах, має стільки ж різних соціальних «Я», скільки існує груп, до яких входять особи, думка яких для неї є важливою. Взаємодія при цьому відбувається не стільки між індивідами як суб'єктами, цілісними і нероздільними, скільки між різними їх соціальними «обличчями», «масками» персонажів, яких вони зображають.

Ірвінг Гофман, прийнявши цю концепцію в якості відповідної точки для своїх досліджень, вивчав маски соціальних «акторів», які, в решті решт, приростають до обличчя і стають більш справжнім «Я», ніж те уявлене «Я», яким люди хотіли б бути [133].

Дещо інакшу оцінку уявленому «Я» давав Мігель де Унамуно. В одній із своїх новел він писав: «Я стверджую, що крім тієї особистості, яка предстає, скажімо, перед очі Господні, є ще й інша – та, котра хотіла б існувати. Саме та особистість, яка хотіла б існувати, і є ... справжнім творчим началом і реальною справжньою особистістю» [185, с. 8].

Англійський фізіолог Чарльз Шеррингтон [186] навіть намагався пояснити, чому не всі особистості, які «хотіли б існувати», мають можливість «здійснитись». Він уявляв нервову систему людини у вигляді воронки, в яку на вході затягується весь світ, із багатьма можливостями для реалізації людини, а на виході є лише вузький отвір, що відсікає у практичному житті більшу частину цих можливостей. Гра (в різних її формах) дозволяє компенсувати можливості, які не пропустила «воронка». Адже уявити себе кимось – означає, у певному сенсі, бути ним.

Втім, особистість формується не лише в результаті перебирання масок, а й завдяки дискурсу між ними та навколо них.

Про необхідність дискурсу ролей всередині суб'єкта говорить і С. Корнев, намагаючись визначити, що дає людині маска – свободу або несвободу. Логіка маски (рольова гра, набір штампів), на його думку, прагне підкорити собі людину, будучи міцно укоріненою в культурний простір вистави. Занурюючись у несвободу спектаклю, людина звикає вважати себе вільною, насправді забуваючи про власну логіку вчинків, про себе справжню. Подолати цю несвободу можна, якщо особистість буде здійснюватись як неформалізований закон руху крізь маски і ролі разом із дискурсами, або виставами, у які вони вбудовані [187].

Питання щодо свободи (або несвободи), яку надають маски людині, є ще одним важливим аспектом соціального маскарладу. Тут на перший план виходить така функція маски, як захист. Захист від чого?

У своїй останній книзі «Театр як ескейп», А.Г. Баканурський навів багатющий розсип висловлювань відомих людей – вчених, режисерів, акторів – про те, що таке театр, театральність, гра. Зокрема, процитував психолога Мешке, якій зазначав, що одним із конструктів театралізації є маска, яка виконує «особистісно-оберегову» функцію. Маска, на думку Мешке, – це не лише те, що людина показує, а й те, за чим вона може ховати себе від себе. «Маска, – доповнив цю



думку А.Г. Баканурський, – крім всього, надає людині можливість деякий час знаходитись у стані інакшості, тобто бути не самою собою, задовольняючи, таким чином, одну з найважливіших потреб особистості» [62].

Проте є свобода ще й іншого порядку – свобода дій, вчинків, поведінки. Така свобода, як відомо, не є безмежною. Існує велика кількість обмежень, пов'язаних із нормами та правилами життя суспільства або соціальних груп, в яких знаходиться індивід. Заборона на деякі види поведінки (або, принаймні, їх громадське засудження) обумовлена негативним ставленням суспільства до них. Проте немає таких заборон, яких би хтось, колись не порушував, і норм, якими б хтось, колись не знехтував. І хоча навколо того, які порушення та відхилення від норм вважати «негативними», а які – «позитивними», точиться наукова дискусія [188, с. 17], люди, які вдаються до девіантної поведінки, прекрасно усвідомлюють її наслідки. Тому часто в різний спосіб намагаються приховати свою особу, в тому числі й за допомогою масок.

Причому йдеться про маски не лише в прямому сенсі (які використовують грабіжники, радикальні протестувальники тощо), а й у переносному. В мистецтві такими масками є псевдоніми, в інтернет-комунікації – нікнейми та аватарки, ховаючись за якими можна порушувати будь-які норми, правила, табу. Анонімність, що притаманна інтернет-простору, створює умови не лише для театралізації, а й для карнавалізації соціальної комунікації, коли власне комунікація іноді вже і не є метою, а стає лише приводом для «безчинств» (тролінг, мобінг, фальсифікації тощо). Тут маска є засобом приховати не «себе від себе», а себе від суспільства, уникаючи його відповідних дій (засудження, покарання) [189].

Відсутність індивідуальної відповідальності стає все більш характерною ознакою не лише інтернет-простору, а й інших «спектаклів» сучасного «театру» життя. «Той, хто охоче бере участь у перформансі, флешмобі, форумі, ток-шоу, робить це, лише сподіваючись на анонімність, спонтанність

та безвідповідальність, керуючись потребою у колективі й відчутті спільності» [190].

Тобто маски в «театрі» життя створюють обмеження для індивіда в особистому плані, але сприяють певній його свободі в соціальних відносинах.

Отже, бачимо, що маска в «театрі» буття виконує різні, часто протилежні функції:

- підкоряє собі людину і, водночас, дозволяє їй знайти своє «Я»;

- є протилежністю обличчю і, водночас, його продовженням;

- є засобом маскування під середовище (бути як всі), але може стати і засобом виділитись із натовпу (бути не як всі);

- створює певні рамки і, водночас, допомагає їх порушувати;

- звужує досвід соціальної адаптації, але й надає можливостей для експериментування з різними моделями соціальних комунікацій (в залежності від кількості масок в персональному «театрі»);

- чим більше маска закриває сутність людини, тим більше інші намагаються відкрити, узнати, що під нею скривається.

Функціональна суперечливість маски обумовлена її пограничним станом в опозиціях «Я – не Я», «живе – неживе», «закритість – відкритість», «обмеження – свобода», «статичність – динамічність» і т.д.

Тобто маска, як предмет культури і як метафора, є феноменом, що поєднує протилежні, суперечливі смисли, уявлення, практики. Це задає діалектичний характер всім філософсько-теоретичним конструкціям, які будуються з використанням концепту «маска» [191]. І це, в свою чергу, задає відповідний дискурс для осмислення не лише соціального маскараду, а й «театру» буття в цілому.

### 2.3. Порушення соціальних норм і культурних стереотипів як складова артистизму в «театрі» буття

Театралізація життя, як спосіб оформлення соціальної реальності і як культурна практика, передбачає публічність і, відповідно, артистизм.

Р. Тазетдинова, намагаючись вивести формулу театральності через багатомірний феномен гри, додає до неї артистизм як «інтелігібельне розташування людини у бутті» [95], яке є необхідною умовою набуття людиною повноти присутності. А Р. Бажанова відмічає, що в сучасній культурі все більше проявляється форм, які лише «імітують спосіб розташування творчої особистості» [192].

При цьому всі дослідники сходяться у думці, що артистизм можна виявити лише при співставленні із театральністю.

Хоча театральність і артистизм – поняття спорідненні, між ними існують відмінності. Артистизм більше, ніж театральність являє собою опозицію щоденню, в ньому більше проявляється художнє начало.

Саме артистизмом, як поведінковою характеристикою, пояснюють дослідники успіх «театру» денді: неординарним талантом Оскара Уайльда, яскравістю денді часів Байрона і Пушкіна, що спровокувало у Європі захоплення всім англійським [192]. Французька богема 30-х і 50-х років ХХ століття ввела моду на джаз, шансон і філософію екзистенціалізму. Їх сучасники опинились в «ситуації події Присутності Іншого, в естетичному розташуванні, були захоплені силою почуттів і дивом явлення Іншого, незвичайних почуттів і речей, які увійшли, втягнулися в розташування, коли яскравим, чарівним чином переживається наявне буття» [193, с. 21].

Для більш чіткого розділення театральності і артистизму необхідно враховувати і фактор повторності. Театральність не зникає при повторенні спектаклю. Відповідно, і в «театрі» життя стійкими є основні його компоненти. Наприклад, стиль. Стильну поведінку французької богемі і англійських денді,

поетів «Срібного століття» можна було повторити: наслідувачі з легкістю переймали манери та стиль одягу своїх кумирів, розширюючи «сценічний» простір цих «театрів».

Для артистизму вторинність, навпаки, пагубна. Артистизм проявляється лише тут і зараз. З кожним новим виходом на сцену артист привносить нові штрихи в образ, нові нюанси в смислове наповнення ролі та сюжету.

«Чи може актор залишатись творчою людиною, коли грає всоте або навіть вп'ятисоте спектакль?» – задається питанням А.П. Овчиннікова. І знаходить відповідь у принципі “hic et nunc” Єжи Гротовського. Спектакль, на думку Є. Гротовського, може вважатись твором мистецтва лише тоді, коли в «партитурі» прописана стартова смуга – структура. Але «партитура» має бути прописаною так, щоб давати можливість для реалізації принципу «тут і зараз», щоб у актора були умови для нового рішення, для творчості [194].

Так, наприклад, І. Смоктуновський в ролі князя Мишкіна у кожному спектаклі був іншим Мишкіним, більш співзвучним настрою публіки, більш доцільним у контексті, що склався. Саме цим критики пояснюють приголомшливий успіх скромного провінційного актора, який вперше отримав таку серйозну роль в театрі Г. Товстоногова [195, с. 36].

Наслідування кумирам, як один з механізмів переміщення елементів художньої сфери в нехудожню, не лише впливає на моду (або формує її), сприяючи театралізації повсякдення [196], але й дозволяє зафіксувати момент перетворення артистичного в театральне.

Прикладом може служити відома історія з входженням в моду краватки-метелика, яка пов'язана з оперою Дж. Пучіні «Мадам Батерфляй». Точніше – з гучним провалом прем'єри цієї опери в Мілані 17 лютого 1904 року.

Посилюючи «ситуацію провалу» (втрачати ж вже нема чого!), оркестранти повели себе, як великі Артисти. Підхопивши грайливий настрій публіки, «...заради жарту, музиканти зав'язали краватки у формі метелика. Як би то був не Мілан – вже в ті часи законодавець європейської моди, а будь-яке інше

місто! А так, вже наступного дня в краватках-метеликах вийшли всі, включаючи Пучіні, котрий, за легендою, оцінив елегантність нової моди, віднісся до неї, як до вдалої ідеї для наступної рекламної кампанії своєї опери» [197].

Ідея зав'язати традиційні краватки нетрадиційним способом – творча імпровізація, продиктована ситуацією, що склалася. Така ситуація більше не повторювалась (провалів не було, у подальшому опера мала успіх і її стали сприймати, як загально визнаний шедевр), тому всі наступні «акти» ношення краватки-метелика були вторинними, «наслідувальними», саме такими, які формують моду в «театрі» повсякдення.

Так артистизм, який з'явився ситуативно, одномоментно, потягнув за собою театральність – з наслідуванням, повторенням, широким розповсюдженням, але без натхненого моменту імпровізації.

Історія з краваткою-метеликом дозволяє виявити ще одну характерну рису артистизму – він часто виникає тоді, коли порушуються якісь правила.

На прем'єрі опери «Мадам Батерфляй» пов'язані у формі метелика краватки стали, як зауважив Валерій Панасюк, «фактом порушення прийнятого в театральному середовищі dress code» [196, с. 14]. І нехай це порушення було реакцією на розрегламентовану поведінку публіки, яка спостерігалась на прем'єрі, воно все одно є порушенням. Інша справа, що «краса» цього порушення, його тонка дотепність змусили публіку сприйняти і його, і сам провал опери, як акти однієї п'єси. П'єси, яку захотілось продовжити вже за межами театру – у повсякденному житті.

В індивідуальних «театрах» повсякденного життя порушення норм і правил є також важливою складовою прояву особистості. На це звернув увагу Ю. Лотман при співставленні нормованої поведінки індивіда і відхилення його від певних правил, що показало необхідність розділення таких понять, як «біографія» та «життєпис». Кожна культура створює ідеальний тип людини, поведінка якої обумовлена системою культурних кодів і норм. Відповідно, життєпис може представляти

собою збірку загальних правил поведінки, який відповідає певній соціальній ролі і відтворюється у вчинках окремої людини. Таким чином в цьому випадку втілюється культурний тип, роль, норма, ідеал. Біографія ж утворюється тоді, коли індивід демонструє свободу вибору моделі поведінки, коли проявляються його неповторні особистісні риси. «Що може поєднати такі різні типи поведінки, як ... середньовічний, орієнтований на ідеальне виконання норми, ... розчинення в ній, та романтичний, націлений на крайню оригінальність та ухилення від всякої норми? Така єдність є: в обох випадках людина реалізує не рутинну середню норму поведінки, а деяку важку і незвичну, «дивну» для інших, яка вимагає від нього великих зусиль» [198, с. 366]. Тобто навіть в рамках типової соціальної ролі можуть проявлятися відхилення від норми, і саме вони надають індивідуального характеру життєпису, перетворюючи його на біографію. Навіть життя «святого», незважаючи на трафаретний набір епізодів, передбачає особливий, унікальний досвід ідеального слідування цим нормам. «Життя є трафаретним, але поведінка святого є індивідуальною» [198, с. 366]. Таким чином дослідник вказує на «культурні амплуа», які отримують особливу норму, право на винятковість поведінки і, відповідно, «право на біографію»: юродивий, розбійник, герой, святий, чаклун, божевільний тощо. «Їх життя та їх ім'я ... занесені в пам'ять культури, як ексцеси добра і зла» [198, с. 367].

Такий погляд набув розвитку в дослідженнях І. Голубович, яка осмислює феномен біографії в контексті взаємодоповненості індивідуально-особистісного та об'єктивно-надіндивідуального вимірів соціокультурного буття, як «мерехтливую», «пульсуючу» точку перетину двох вимірів [199].

Саме в таких «мерехтливих» точках перетину індивідуально-біографічного та соціального найбільш яскраво проявляється артистизм зі всіма його ознаками – ситуативністю, творчою імпровізацією, порушеннями певних норм і правил.

Наприклад, французький хімік Гей-Люсак одного разу відвідав своїх берлінських колег, а заодно прикупив німецького хімічного посуду. Але за провезення його через кордон треба

було заплатити велике мито. Гей-Люсак знайшов вихід з положення: запечатавши колби, він наклеїв на них ярлики з написом: «Німецьке повітря». Оскільки для повітря мита не передбачається, вантаж був пропущений без перешкод [200, с. 100]. Тут спрацював психологічний ефект: наклейки створили у митників функціональну фіксованість, вони розглядали скляний посуд лише як тару.

Чи не явив себе вчений в цьому випадку справжнім артистом?

Адже він не лише розв'язав задачу в умовах імпровізації та порушення правил, а й зробив це «красиво», проявивши винахідливість, дотепність, гостроту розуму.

Якщо говорити про порушення певних норм, то саме в таких умовах проявляється особливий артистизм блазнів при королівських дворах Європи [147; 201].

Якщо театр, як вид мистецтва, сформувався в Європі під впливом древньогрецьких містерій, присвячених Діонісу, то «театр» блазнів формувався під впливом іншого різновиду мазових ритуалів – Сатурналій.

На це вказує зовнішній вигляд блазнів, типовим аксесуаром костюму яких був ковпак із дзвониками. Три довгих його кінця символізували осяччі вуха та хвіст – атрибути карнавальних костюмів під час римських Сатурналій та «осячих процесій» раннього Середньовіччя.

І Сатурналії, і «осяччі процесії» були пов'язані з ідеєю перевороту всіх норм, коли на короткий термін слуги ставали панами, а пани – слугами, коли відмінялися всі традиційні табу, коли мінялись місцями серйозне і блазнівське. Сатурналії – свого роду обрядове повернення у «золоте століття», до повноти сакрального, яке існувало до введення обмежень.

А ще Сатурналії, як свята на честь Сатурна – бога землеробства та плодючості землі, присвячувались зібраному врожаю. Ця семантика також була своєрідно представлена в екіпіровці блазнів. В руках вони часто тримали брязкальце – паличку, до якої прив'язували бичій пузир з насипаним в ньо-

го горохом. Це приладдя було у блазнів ще з часів Древнього Риму. Воно виступало в якості фалічного символу (з часом – як засіб посоромлення). До того ж горох, який в давнині вважався символом плодючості, також асоціювався із тілесним низом. На Русі блазні прикрашали себе ще й гороховою соломою, звідки, власне, і пішла назва «шут гороховый» [202].

Вся ця атрибутика мала візуально позначати особливий статус блазня, людини, що виконувала специфічні функції при королівському дворі.

Мабуть, одна з перших згадок про царського блазня належить Плінію Старшому, який писав про блазня (*planus regius*) при дворі еллінського царя Птолемея I.

Втім, поняття «блазень» зазвичай пов'язують з європейським Середньовіччям.

В Європі всі королівські двори того часу наймали блазнів, до професійних навичок яких мали входити гра на музикальних інструментах, жонгливання, загадування загадок, акторська майстерність. Все це допомагало блазню не лише розважати публіку і короля, а й виконувати досить специфічні функції.

Блазень був символічним близнюком короля (як типовий міфологічний трікстер [203; 204]). Йому дозволялось більше, ніж будь-кому. Під виглядом жарту він міг говорити про те, про що іншим говорити було заборонено. В ті часи через відсутність свободи слова вельможі не могли критикувати короля, а король не завжди міг дозволити собі відкрито критикувати впливових осіб. За них це робили блазні. Через кривляння, жартівливі балачки дурнів представники середньовічної еліти доводили до відома короля та решти свої претензії, критику, скарги або ризиковані пропозиції.

Звичайно ж, робити це доводилось у завуальованій формі. Бо, незважаючи на те, що блазні (як і герольди) мали недоторканність, серйозно карати їх було дурним тоном, такі випадки іноді траплялись. Якщо блазні перетинали межі дозволеного, наказували їх, а не вельмож.



В цих умовах саме артистизм допомагав блазням сказати все, що треба, і при цьому не викликати гніву короля та інших можновладців.

При такому подвійному становищі, коли «ліцензія на правду» нібито є, але ж в будь-який момент може бути скасована, артистизм, знову ж таки, проявляється як явище ситуативне. При незмінних «декораціях» та «ролях» підтекст «вистави» може виявитись яким завгодно.

Таким чином, можна зробити висновок, що блазні при королівських дворах виконували важливу комунікативну функцію – вони були своєрідними ретрансляторами інформації, яка виходила за нормативні рамки.

Це, до речі, ставить під сумнів спроби деяких російських дослідників проводити аналогії між блазнями та юродивими [205]. Дійсно, на Русі блазенство має давні традиції. Про це свідчать і руські народні казки, в яких одним з персонажів є Іван-дурень, і історичні документи, з яких видно, що у різних царів були блазні. Проте традиція юродства несла в собі інше «драматургічне» навантаження (з підґрунтям чи то психічного, чи то духовного характеру).

Тут, якщо і проводити аналогії, то скоріш за все, із скоморохами. Ці ярмаркові артисти-жартівники виконували ту ж саму функцію, що й блазні при королівських дворах, – виголошували інформацію крамольного характеру. Відмінність лише в тому, що аудиторія у скоморохів була значно більшою.

Про некоректність порівняння блазнів з юродивими може свідчити ще й той факт, що юродиві ніколи не ставали героями фольклору. Блазні ж, навпаки, часто ставали народними улюбленцями, навіть – символами.

Яскравий приклад знаходимо в історії Польщі. У польському фольклорі збереглося ім'я блазня Станьчика, як гострослова, який висміював актуальні політичні події і згодом став символом патріотизму.

Саме це поєднання рис особистості і міфологізованого образу намагався передати в картині «Блазень Станьчик на балу у королеви Бони у Вавелі» (1862) польський художник

Ян Матейко. Наділивши блазня рисами власної зовнішності, Ян Матейко натякає, що положення блазня схоже із положенням митця у суспільстві: він повинен розважати публіку і, водночас, говорити правду. Втім, правду цю не завжди чують.

Адже в цьому і полягає артистична майстерність блазня – говорити правду так, щоб люди вірили і не вірили, щоб не могли під маскою веселого балакуна розгледіти живий розум, завжди готовий до імпровізації, проникливість, а може, хтозна, й політичну прозорливість.

Бо виникають іноді ситуації, коли всі міняються місцями і ролями. Як і у момент, зафіксований в картині, – біля кресла, в якому сидить Станьчик, на столі лежить рапорт про падіння Смоленську в 1514 році. Станьчик тут єдиний, хто сумує з цього приводу. Решта продовжує веселитися на балу. Втім, смуток свій блазень не покаже нікому. Вийшовши знов до публіки, він буде кривлятися, блазнювати, як належить придворному дурню.

Спроби порівняти блазня із юродивим або, навіть, жерцем, викликані намаганням зрозуміти функції цієї фігури у структурі Політичного. При цьому дослідники, одразу ж задаючись простою схемою «Король Артур – Мерлін», розглядають роль блазня (всі його дії, жести, атрибути і т.д.) під кутом образу Мерліна, навантажуючи її всіма проявами Сакрального [205].

Це явне перебільшення заважає роздивитись більш раціональне і просте пояснення функцій блазня у комунікативному просторі придворно-політичного «театру». Чому саме блазню довіряють оприлюднювати незручну правду, важливі, але ризиковані пропозиції? Тому, що, щоб він не казав, його неможливо ошельмувати, дискредитувати. Будь-кого можна ошельмувати, оголосивши блазнем. А блазень – і є блазнем. В нього немає репутації, щоб її втратити.

Це дуже зручний спосіб «вбросу» нових ідей в інформаційний простір суспільної думки.

Тому, незважаючи на те, що з приходом епохи Просвітництва та Реформації традиція найму блазнів припинилась, зовсім це явище не зникло: в сучасному політичному «театрі»

час від часу з'являються «блазні», які виконують ті ж самі соціокомунікативні функції. Для чого користуються таким же самим професійним артистизмом.

Артистизм проявляється не лише в умовах порушень певних соціально-культурних норм і правил, а й під час будь-якого творчого акту. Точніше, такого творчого акту, який передбачає креативність, як здатність долати і, знов ж такі, порушувати певні стереотипи.

Така «артистична» креативність часто проявляється в різних видах творчості – поетичній, науковій, технічній – при створенні художніх образів.

В монографії С.Б. Доброва «Новий Лаокоон, або про межі зображального та виражального» є розмірковування про особливості творчого процесу, а саме – про стан натхнення. Ілюструючи свої думки, автор цитує вірш О.С. Пушкіна «Осінь» з таким коментарем: «Ці пушкінські рядки, мабуть, найкраще описання того процесу, який ми позначаємо лінією спадкоємності модальностей художнього образу» [206, с. 225].

Важко з цим не погодитись. Але далі автор монографії пише: «Вказані грані цього процесу типові не лише для творчості художників, композиторів, письменників, артистів та ін., а й для творчої праці в галузі науки і винахідництва, звичайно ж, за винятком художності образів» [206, с. 225].

А ось тут виникає заперечення – чому «за винятком художності образів»?

Напроти, у винахідництві художні образи необхідні так само, як і у всіх інших видах творчості. Більш того, в теорії та практиці винахідництва існує метод символної аналогії, який ґрунтується саме на пошуку поетичного образу об'єкту.

В 2009 році в рамках дисципліни «Педагогіка та психологія вищої школи» з магістрантами гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету проводився експеримент, який дозволив виявити спільні риси творчості поета, котрий підбирає метафори для представлення образу, і винахідника, котрий шукає нові властивості в старому, тобто давно існуючому, предметі [207].

Студентам був запропонований список слів/предметів, до яких вони мали підібрати метафори. З всіх різновидів метафор був обраний такий, що складається лише з двох слів, – іменника та прикметника, – і ці слова суперечать одне одному. Наприклад, слово «книга» можна охарактеризувати, як «мовчазний розповідач», «відсутній співрозмовник».

До експериментального списку входили слова: настільна лампа, зошит, олівець, двері, парасолька, гудзик.

Результати експерименту продемонстрували яскраве, нестандартне мислення студентів. Наприклад, настільна лампа предстала в таких образах: приручене сонце, домашній світлячок (Ованесян О.), щоденне осяяння (Оношенко М.), електричний смолоскип (Анацька А.); зошит – паперова канва (мався на увазі зошит у клітинку), ненаписана книга (Ованесян О.), паперовий реципієнт (Федоренко Ю.); парасолька – переносна стеля, тканинна дамба (Анацька А.), брезентовий гриб (Єрмоленко О.); двері – дерев'яний секьюриті (Федоренко Ю.), швейцар, що скрипить (Суранова О.) і т.д.

Ці метафори здатні не лише прикрасити поетичні твори, а й надати поштовх винахідницькій думці конструктора або інженера. Адже, по суті, аналогія стала невід'ємною рисою людського мислення: все, що ми вивчаємо, ми вивчаємо у порівняннях та аналогіях; будь яка оцінка – це порівняння; художня творчість часто будується на аналогіях. Тому аналогія з успіхом застосовується і у вирішенні технічних завдань.

Символьна аналогія, яка зводиться до пошуку поетичного образу об'єкту, метафори, що розкриває його властивості, допомагає винахіднику по-новому подивитись на предмет, знайти його явні та приховані достоїнства й недоліки.

Власне, тому в завданні для студентів і були запропоновані не явища природи, а речі, приладдя, створені людьми для людей, і які потенційно можна вдосконалити, якщо подивитись на них з нової, неочікуваної точки зору.

Звідси витікає ще одна обов'язкова умова завдання – кількість метафор для кожного слова/предмета має бути не ме-

нше двох. Один образ вигадати відносно легко. Він, як правило, досить очевидний, лежить на поверхні, і для гуманітаріїв, які звикли мати справу із художніми текстами, може навіть бути стереотипним. Але ж пошук другого образу-аналогії змушує ламати стійкі стереотипи та кліше, руйнувати бар'єри в свідомості та світобаченні, здійснивши стрибок на якісно новий рівень мислення.

В цьому полягало надзавдання експерименту: надати студентам можливість на власному досвіді переконатись у наявності бар'єрів мислення і зрозуміти, наскільки важким може бути їх подолання.

У винахідництві для подолання цих бар'єрів застосовується так званий метод «марення наяву». Він ефективний, коли необхідно згенерувати велику кількість варіантів рішення, забувши на певний час про технічні труднощі їх здійснення (не плутати із «мозковим штурмом», у цього методу інші цілі та прийоми). Чи не про це говорив О.С. Пушкін: «И забываю мир – и в сладкой тишине я сладко усыплен моим воображением, и пробуждается поэзия во мне...»?

В результаті «марення наяву» народжуються рішення красиві не лише з естетичної точки зору, а й з технічної та наукової.

Тому гра художніми образами притаманна і художникам, і поетам, і винахідникам, і науковцям.

Визнаючи важливу роль гри (різних її проявів) у розвитку уяви, у створенні «ситуації випадковості» [208, с. 93], деякі вчені застосовують гру як тренінг.

Наприклад, відомий математик Джеймс Максвел любив грати. Він міг у розпалі званої вечері, забувши про оточуючих, почати гратись зі столовими приборами, променем сонця, що відбивається від склянки з водою. Власне, саме з гри почалася його наукова кар'єра. Граючись з булавками та нитками, Максвел встановив, як з їх допомогою можна накреслити овал, а звідси прийшов і до пояснення законів відбиття світу [208, с. 94].

Вчені грають не лише «предметно», а й мислено. Американський фізик Д. Річ зізнавався, що в процесі роботи іноді

думав так, нібито він сам – електрон, або уявляв себе променем світла, відбиття якого треба дослідити [209, с. 103].

Але ж те саме говорив і японський художник Хокусай: щоб намалювати птаха, треба самому їм стати [210].

Артистизм, як вже було показано, завжди виражається у певному художньому акті або жесті. Якщо гру художніми образами в процесі творчої роботи (під час проведення експерименту, пошуку нового технічного рішення тощо) можна розглядати, як художній акт, то оприлюднення результатів цієї праці можна розглядати, як художній жест.

Й те, й інше досить часто має місце в технічній творчості, в науках, не пов'язаних з мистецтвом.

Поєднання естетичного чуття з гострим аналітичним розумом було особливістю фізика-експериментатора А. Майкельсона. Ейнштейн так писав про нього: «Доктор Майкельсон був одним з найвеличніших художників у світі наукового експерименту» [211, с. 146]. Слово «художник» тут застосовано не у переносному сенсі. Біографи Майкельсона писали про його праці: «Ці плоди наукової та художньої творчості вражають» [211, с. 150]. А у доповіді «Аналіз форм» і сам вчений зазначав, що «...ця тема вимагає від дослідника аналітичного розуму вченого, естетичного сприйняття художника та образної мови поета» [211, с. 122].

Ще далі у порівнянні творчих методів в поезії та науці, зокрема, в математиці, пішов Д. Гільберт, який сказав про одного свого не дуже успішного в науці ученика: «Він став поетом. Для математики в нього не вистачало уяви» [209, с. 104].

Хіба такі заяви не є ознакою справжнього артистизму?

Отже, артистизм, як художня гра, як художній жест пригаманний не лише поетичній, а й науково-технічній творчості.

Схожість творчих методів обумовлена схожістю світосприйняття, головною рисою якого для творчих людей є вміння дивуватись. Це підмітив, наприклад Кайсин Кулієв [212]:

Рождаются великие творенья  
Не потому ли, что порою где-то  
Обычным удивляются явлениям  
Учёные, художники, поэты.

Таким чином, протиставлення поетичної та технічної творчості, принаймні, в плані генерації художніх образів, їх обігрування, є методологічно безпідставними.

Залучення гри, в тому числі і художніми образами, до творчого процесу у винахідництві та технічних науках, дає змогу проявитись в цій галузі артистизму, наявність якого дає підстави розглядати цей аспект буття в рамках концепції театральності.

Таким чином, артистизм характеризується тим, що:

– це досвід «одноразового» розташування: повторити ту ж саму естетичну ситуацію артист не може, іншим разом перевтілення здійсниться по-іншому;

– передбачає різноманіття художньої та соціокультурної семантики: образ, що втілюється на сцені, або образ, що створюються у житті, наповнюється багатьма смислами;

– проявляється (іноді) в ситуаціях, коли порушуються деякі соціокультурні правила або стереотипи мислення, перетворюючи ці ситуації на гру або «спектакль».

Все це дає підстави розглядати артистизм як важливу складову театральності, яка дозволяє в умовах публічності вирішувати різноманітні культурні та соціальні завдання.

## **Висновки до розділу 2**

1. Джерелом театральності буття як одного з феноменів європейської культури є древньогрецькі містерії, які присвячувались богам землеробства та плодючості землі – Деметрі, Персефоні, Діонісу.

Ці містерії породили дві ігрові форми буття – театр і карнавал.

Процесу трансформації містерій у театр сприяло розширення функцій діалогу, який можна вважати драматичним першоелементом цього явища.

2. Оскільки діалог був ще і однією з форм філософських роздумів древньогрецьких мислителів, то слід визнати наявність драматичного першоелемента і в античній філософії.

3. Визнання діалогу драматичним першоелементом дозволяє припустити, що театральність стала однією з форм «ви-ростання» людства з первісного міфу: від міфологічної свідомості – до філософського методу пізнання; від містерій міфологічного змісту – до мистецтва драми і театру.

4. Крім відомих відмінностей в поняттях «театральність» та «артистизм» (перевага художньої складової в артистизмі, сталість театральності та ситуативність артистизму), додається ще така передумова виникнення артистизму, як порушення соціальних норм і культурних стереотипів. Це не лише складає наукову новизну дослідження, а й дозволяє розглядати артистизм як важливу характеристику театральності життя, яка допомагає в умовах публічності вирішувати різноманітні культурні, соціальні завдання.

5. Артистизм, як художня гра, як художній жест, притаманний не лише театру, а й науково-технічній творчості. Наявність артистизму в цій галузі дає підстави досліджувати її в світлі концепції театральності буття.

6. Театральність, як властивість не лише театру, а й процесів, що проходять поза його межами, – явище складне, багатоаспектне. Спроби пояснити природу театральності буття коливаються між двома протилежними мотиваціями: від бажання людини бути не тим, ким вона є насправді, до прагнення максимально повно знайти саме себе і продемонструвати результати цих пошуків світу. Найбільш виразно це проявляється в процесі осмислення природи театральності комунікацій в системі «особистість – суспільство – культура» через концепт «маска». Маска, як предмет культури і як метафора, є феноменом, що поєднує протилежні, суперечливі смисли, уявлення, практики. Це задає діалектичний характер всім філософсько-теоретичним конструкціям, які будуються з використанням концепту «маска». І це, в свою чергу, задає відповідний дискурс для осмислення не лише соціального маскараду, а й «театру» буття в цілому.



### Розділ 3

## **КОНЦЕПТ «ЛЯЛЬКОВИЙ ТЕАТР» ЯК МЕТАФОРА І ЯК МІФОЛОГЕМА В ОСМИСЛЕННІ ЛЮДСЬКОГО БУТТЯ**

Як вже було показано, театр (принаймні європейський) вийшов з давньогрецьких містерій, в основі яких лежали міфи про богів землеробства та плодючості землі – Діоніса, Деметри, Персефони.

Проте окрім цих містерій було ще багато різних ритуалів, міфологічна основа яких задавала певну драматургію і в «театрі» соціальному.

Мабуть, саме тому теорії міфу формувались не лише за собою герменевтики, а й під впливом соціально-філософських поглядів та міркувань.

### 3.1. Теорії міфу та міфопоетичний аналіз культурних артефактів в соціально-філософському вимірі

До початку XIX століття існували три типи розуміння міфології:

- вербалістський (в «живих» релігіях);
- алегоричний;
- поетичний.

*Вербалістське* сприйняття міфології ґрунтується на буквальному розумінні священних текстів. Найбільш активно цей підхід практикується в християнстві та іудаїзмі під час трактування Біблії.

Мусульманський різновид вербалізму виглядає досить «умовним», бо, по-перше, не додає нічого нового до методів, напрацьованих в християнському та іудейському вербалізмі, по-друге, не користується текстом першоджерела. У мусульман трактування Корану – явище лише останніх часів (коли, наприклад, салафістам знадобилося змінити тлумачення поняття «джихад»).

Незважаючи на палкі догматичні суперечки, що виникають між християнськими та іудейськими вербалістами, користуються вони одним методом, який ґрунтується на ретельному філологічному аналізі (звідки, власне, й пішла герменевтика). І християнські, і іудейські вербалісти намагаються не доводити буквальне розуміння тексту до абсурду (як це робили, наприклад, схоласти або антирелігійні памфлетисти [213; 214]), а залишають місце для умогляду, певної абстракції. Відмінність полягає, на думку Л. Мосіонжника, лише в рисах національного темпераменту. «В Талмуді ми знаходимо іудейський дух, парадоксальним чином однаково схильний і до педантизму, і до гумору та буйної фантазії. Святий же Василій – представник духу грецького, з його витонченістю, піднятою умоглядністю, широкою ерудицією та філософською ґрунтовністю» [153, с. 129].

Проте ці відмінності навряд чи можна сприймати як підґрунтя для непримиренних суперечок, бо вони, навпроти, гарно доповнюють одна одну.

З наукової точки зору вербалістський тип біблейської екзегетики не є перспективним, бо ігнорує все, що не міститься у самій Біблії, будує хиткі логічні конструкції, деякі з котрих спираються на помилки у перекладі.

Альтернативою вербалізму став *алегоризм*, запропонований метод не прямого сприйняття Біблії та інших культурних текстів міфологічного змісту.

Алегорія – це символ, за яким стоїть якийсь досить конкретне поняття. Зв'язок між цим поняттям та його алегоричним образом однозначний та раціональний. Розшифрування цього образу також може бути однозначним, якщо і автор алегорії, і той, кому вона адресована, мають однаковий хід думок, якщо адресат володіє відповідними кодами [215 – 218]. Тобто алегорія є одночасно і художнім прийомом, і формою кодування інформації: якщо замість образів і метафор підставити відповідні їм поняття (як в математиці або криптографії), смисл послання буде зрозумілим.

Перші прояви цього підходу можна знайти вже у Продіка Безбожника (V ст. до н.е.), який вважав, що віра народилась із поклоніння людей корисним для них явищам природи: «Сонце, Місяць, річки, джерела ... древні називали богами за користь, яку вони від них отримують... І тому хліб був названий Деметрою, вино – Діонісом, вогонь – Гефестом, і так само все, що є корисним» [219, с. 215].

Потім з'явилась думка філософа зі школи кіренаїків Евгемера (IV–III ст. до н.е.) про те, що боги – це обожнені видатні люди минулого (звідси назва вчення – евгеризм).

До міфу як до алегорії ставились і неоплатоніки, в числі яких – імператор Юліан Відступник. Проте для нього головне у міфі – не образи та їх тлумачення, а моральний підтекст. У листі до свого друга – прокуратора Георгія, Юліан пише: «...нехай і балакуча Відлуння буде визнана богинею, як ти

пропонуеш, а якщо хочеш – то й дружиною Пана, я заперечувати не стану... Але ж яке це має значення для мене, коли, демонструючи тобі свою дружбу, я значно перевершив Відлуння?» [220, с. 648].

Втім, саме грецькі міфи стали найбільш привабливими об'єктами для алегоризму в XVIII – XIX ст. Тоді народились «теорія символів» Ф. Крейцера та «порівняльно-міфологічна школа» М. Мюллера, який вважав, що первісні творці міфів використовували метафори лише тому, що не вміли ще ясно висловлювати свої думки. До цієї концепції належить «солярна», або «метеорологічна» теорія, згідно з якою *весь* зміст грецької міфології – від Хаосу до Троянської війни – не більш, ніж спостереження за фазами Місяця, Сонця та змінами погоди. Наприклад, Клітемистра вбиває Агамемнона – це треба розуміти так, що хмара або ніч закрила Сонце, Орест мстить за батька – світло перемогло темряву і т.д. [221, с. 251].

Недовіра до цього підходу виникає із-за намагання деяких дослідників побачити алегорії геть у всіх міфологічних образах та сюжетах. Тому порівняння та «розшифровки» іноді виглядають натягнутими і, навіть, абсурдними.

Ще один недолік алегоризму висвітлюється тоді, коли тлумачі, беручись за пояснення міфів, не враховують того факту, що їх власна логіка та тип раціональності – не єдині з можливих, що різні народи в різні історичні епохи могли мислити інакше (не неправильно, або «примітивно»).

Автори «солярної» теорії мали свої уявлення про Сонце та інші небесні об'єкти та явища – їх вони і знаходили в древніх міфах. А з тим, що в ці «пояснення» не вкладалось, не знали, що робити. Іноді просто ігнорували. Так, наприклад, виникло тлумачення образу древньоєгипетського Священного Скарабея як символу Сонця, яке, при більш ретельному аналізі, виявляється помилковим [222].

Втім, назвати цей підхід зовсім невиправданим теж неможна. Треба лише більш точно визначити межі його застосування. Бо авторські інтерпретації, якщо розглядати їх як гіпо-

тезі, «робочі» припущення, часто спонукають до дискусії, до пошуку нової аргументації, задають нову точку зору. Перевірка цих гіпотез через застосування інших дослідницьких методів, співставлення із загальним культурним контекстом дозволяє формувати нові трактовки відомих фактів або навіть виявляти факти нові [215; 222 – 225].

Так само і «поетичний» підхід, який розглядає міф як чисто художній вимисел, виглядає досить «слабким», непереконливим, якщо поширювати його на всю міфологію без визначення певних методологічних обмежень.

Втім, вже у ХІХ ст. з'явився принципово новий підхід до розуміння міфології. Його основу заклали німецькі романтики: І.Г. Гердер, А.В. Шлегель, брати Я. і В. Грим, які побачили в міфології вираження народного духу і «сутність розуміння ним природи та суспільства» [226, с. 347]. Брати Грим, до того ж, заклали основу порівняльного вивчення міфології різних народів.

Найбільш досконало романтична концепція представлена у працях Ф. В. Й. Шеллінга. Відкинувши «поетичний» та алегоричний погляди, він знайшов пояснення, яке сам назвав «релігійним»: «в міфології як такої є істина», тобто «будь-яка людина, яка наділена природним чуттям, розуміє, що перше розуміння складних речей частіш за все буває вірним. Вірним в тому сенсі, що правильно намічається ціль, до якої має спрямуватися думка, – не в тому, щоб її відразу ж досягти» [227, с. 170].

Шеллінг стверджував, що народ і його міфологія виникають одночасно, в результаті єдиного процесу, що народ, який немає своїх міфів, – не народ зовсім, а стадо не пов'язаних між собою особнів. Таким чином, міфотворчість – процес не довільний та свідомий, а природний та закономірний.

Міфологію з поезією Шеллінг також пов'язував, але інакше: «Оскільки філософія, а з нею й всі науки, були народжені та підживлені поезією, то слід очікувати, що, досягнувши свого завершення, вони повернуться окремими потоками в той спільний

океан поезії, з котрого вони вийшли» [227, с. 170]. А міфологія буде для них зв'язуючою ланкою.

Тобто поетичність, що іноді притаманна міфології, це не стільки зміст, скільки форма. Форма, яка дозволяє гармонійно поєднатись різним видам мислення: міфологічному, художньому, філософському, природничому.

У другій половині XIX ст. виникла ще одна школа – «антропологічна». Її представники (Е. Тейлор, Л.Г. Морган, Дж. Дж. Фрезер, Л. Леві-Брюль та інші) джерелом міфотворчості вважали передфілософську рефлексію древньої людини про оточуючий світ та своє місце в ньому. Вчені «антропологічної школи» збагатили науку цінними ідеями: вони, зокрема, доказали зв'язок багатьох елементів міфу, які вважались плодом фантазії, із реальними звичаями деяких народів [228, с. 9 – 10].

Слабким місцем «антропологічної школи» деякі вчені вважають впевненість у тому, що кожен широко розповсюджений міфологічний сюжет має лише одне джерело, з якого його позичають інші народи. Таке, дійсно, іноді буває (приклад – світові релігії). Але є й приклади дуже схожих міфів у народів, настільки ізольованих один від одного, що ні про яке позичання не може бути й мови, – вважав С. Радциг [221, с. 252]. «Дійсно, якщо світ єдиний, єдина Реальність, що лежить в його основі, і єдина сутність людей у всьому світі, то неможливо, щоб уявлення людей про один і той же світ не мали б нічого спільного», – додає Л. Мосіонжнік 153, с. 141].

Втім, відкриття останніх років в царині історії, археології, ДНК-генеалогії змушують засумніватись в уявленнях про ізоляцію деяких стародавніх племен, народів, культур.

Особливий погляд на міфологію сформувався в надрах марксизму. К. Маркс та Ф. Енгельс вважали, що людина, не маючи можливості зрозуміти дійсні закони світобудови, просто видумали своїх богів та духів. Але угорський письменник Лайош Мештерхазі – комуніст, який у більшості своїх творів не відхилився від «соцреалізму», в романі «Загадка Прометейя» висунув припущення, що наші предки не вгадували, не припу-

скали, а бачили в хмарі, що клубочиться, скудланого гнівного Зевса; не вірили, що бачать, а справді бачили у блискавці викуваний Гефестом меч Зевса, і не шукали ніяких причинно-наслідкових зв'язків між вчинком Прометея і покаранням, що було отримано за нього [229, с. 26 – 27].

Згодом марксистично переглянули ставлення до міфу, і їм вдалося визначити важливу відмінність міфу від інших форм світобачення: «Міфологічна свідомість містила в собі також пошук єдності природи і суспільства, світу і людини, розв'язання протиріч, гармонії, внутрішньої злагоди людського життя» [230, с. 31].

Як історично перший тип світобачення, міф розглядав і О.Ф. Лосєв. Але не сприймав спрощень та поверхневих трактувань. «Звичайне пояснення міфології зводиться до того, що вона є продуктом незрілого мислення, далекого від встановлення та використання законів природи. Проте саме це мислення потребує для себе пояснень... Бо будь-яке пояснення – це переведення незрозумілого у зрозуміле. Але ж чому зненацька виявилось зрозумілим, що сонце – це бик, а місяць – корова, або що грім і блискавка не є громом і блискавкою самі по собі, а є зброєю в руках Зевса чи Юпітера?» [231, с. 8].

Пояснює О.Ф. Лосєв це тим, що первісній людині була зрозумілою лише одна форма відносин – общинно-родова, яка пов'язувала її із родичами. Коли ж людині треба було пояснювати явища зовнішнього світу, відношення між його елементами, вона переносила на них ті ж самі общинно-родові зв'язки.

А оскільки і формати суспільного життя, і форми господарської діяльності з часом змінювались, то змінювалась і міфологія. Тому в будь-якому грецькому міфі можна знайти елементи як найдревніших, так і пізніших епох. Таким чином, будь-який міф – це комплекс, в якому слід виділяти його «центральне ядро», «рудименти» минулого та «ферменти» майбутнього [231, с. 17 – 27].

В ХХ ст. міф все частіше стає об'єктом досліджень західних вчених, і поступово з «історичного релікту», примітивної

форми свідомості перетворюється на свого роду ключ до розуміння природи людської психіки, культури.

Особливий внесок в це перетворення зробив Карл Юнг. Саме в міфах він виявив архетипи, як системи зв'язків між природними явищами та міфологічними образами/символами, які є вродженими для людини, як *Homo sapiens*, і вкорінюються в спільному для всіх «колективному неусвідомленому». Приділенням особливої уваги до символів К. Юнг відрізнявся від З. Фрейда, але, певною мірою, перетинався з поглядами, наприклад, Г.В. Плеханова, який вважав, що всі людські відчуття – це лише символи, «ієрогліфи», котрі лише позначають речі зовнішнього світу.

Так чи інакше, але Юнгу не вдалося створити стройну, цілісну теорію, подібну хоча б фрейдівській. В наші дні поняття «архетип» іноді застосовується вже без зв'язку із юнганством, для позначення найбільш поширених, загальних, фундаментальних міфологічних образів і мотивів, що лежать в основі художніх структур (в культурних текстах, артефактах) і соціальних подій.

Вчення К. Юнга серйозно вплинуло на дослідження Ернста Кассірера, який розглядав міф як складну символічну систему, і Мірчі Еліаде, який створив цілісну концепцію міфологічного відношення до часу і простору.

Як зазначав М. Еліаде, Акти Творіння здійснюються богами, напівбогами та героями у міфологічному часі, тобто поза будь-яким конкретним часом, у позачасовій вічності. Тому найкраще, що можуть зробити люди, – наслідувати цим актам. Ці творчі акти описані в міфах, виражені у символах, а земним, практичним їх повторенням є ритуали.

Для міфологічної свідомості, на думку М. Еліаде, реальним є лише те, що відображає якусь міфологему – ідеальний план, створений богами. Тому будь-яка, навіть рутинна справа архаїчної людини – це священнодійство. Шлюб здійснюється тому, що він встановлений богами, кожна молода пара символічно відтворює перший шлюб Неба і Землі. Також і танці –



кожен з них повторює чи то танець якогось бога, чи то танець тотемної тварини. Навіть війни та дуелі не потребували матеріального підтвердження – вони велись як ритуальні дії, відтворюючі вічну боротьбу Добра зі Злом.

Тут М. Еліаде нібито слідує за Дж. Дж. Фрезером. Але для Фрезера ритуал є первісним, а міф складається пізніше, щоб пояснити ритуал, що склався. Для Еліаде, навпаки, первісним є саме міф: людина свідомо намагається здійснювати якісь дії саме тому, що їх колись здійснювали боги (або культурні герої). Втім, як сам же Еліаде і відмічав, це не принципово: у будь-якому разі «абсолютною» може бути лише інформаційна реальність [232; 233].

Дещо інакше до інформаційного змісту міфу підходять структуралісти. Структуралізм прагне звести будь-яке явище світу до структури, тобто системи інформаційних зв'язків, незалежної від змісту.

Найбільш важливих досягнень серед структуралістів здобули В.Я. Пропп та Ю.М. Лотман. В.Я. Пропп зумів знайти метаструктуру, що лежить в основі всіх чарівних казок, та виділити 31 функцію, які виконують герої цих казок. Взагалі цей жанр він пов'язував з обрядами ініціації у доросле життя. Ю.М. Лотман розглядав культуру як знакову систему, а завданням вважав викривати «підсвідомість» культури, її реальний підтекст, котрий не завжди усвідомлюється її носіями, а іноді навіть і не приймається.

К. Леві-Стросс до пошуку структур підходив більш формально. Історизмом він свідомо нехтував, вважаючи, що історичне пізнання тільки заважає чіткому розумінню структур, тому структурний метод був для нього «засобом убігти від історії». Особливу увагу К. Леві-Стросс приділяв бінарним опозиціям – парам понять типу «верх – низ», «день – ніч» тощо. Такі пари досить зручні для структурування будь-яких уявлень та текстів, тому Леві-Стросс шукав їх всюди. Втім, як справедливо зауважив Л.С. Клейн, бінарні опозиції можна знайти між будь-якими двома поняттями, тому вони можуть говорити про будь-що, а частіш за все – ні про що [234].

Близькими до структуралізму є й погляди Ролана Барта. Якщо для М. Еліаде міф – це спосіб розуміння світу у архаїчних народів, то для Р. Барта міф – це невід’ємна частина будь-якої свідомості. Це метамова, надбудована на живій мові, вона паразитує на ній. Її метод – присвоєння словам сенсу, якого вони самі по собі не мають, її мета – «деформація» дійсності [108, с. 86 – 87]. Пояснює це Р. Барт такими прикладами. Ось на обкладинці журналу чорношкірий солдат віддає честь французькому прапору. Хіба це просто картинка? Ні, це – символ, який вказує на міф. Міф про Французьку імперію і про те, як вдячні їй народи колоній. Або ось путівник по Іспанії. Хіба він говорить правду про режим Франко, про репресії, про цензуру, про технічну відсталість? Ні, він малює міфічну Іспанію, яку шукають туристи: з готичними соборами і яскравим сонцем, з набожним населенням та його колоритними фольклорними святами. Або такий, найбільш виразний приклад: реклама прального порошку, який «вбиває бруд», як святий Георгій вбиває дракона. І так у всьому, без винятку.

Втім, і структуралізм має недоліки, головним з яких є, знову ж таки, намагання реконструювати архаїчні міфи з позицій сучасного мислення. На це вказував, зокрема, один з відомих антиковедів – І.М. Дьяконов. Він зауважив, що структуралісти, конструюючи за первісну людину міфологеми, приписують їй такий рівень абстрактного мислення, котрого та мати не могла. Створені ними структури, наприклад, «Світового древа = Світової вертикалі» ґрунтуються на сучасній логіці та порівнянні багатющого міфологічного матеріалу зі всієї планети, хоча архаїчна людина не володіла абстрактним мисленням і не співставляла свої міфи з чужими [235, с. 51 – 59]. Отже, виходить, що структуралізм не може вловити ту межу, за якою він переходить від аналізу реальних міфів до аналізу власних уявлень вченого.

Цю критику можна було б визнати справедливою, як би дослідники міфології ставили за мету лише реконструювання або розшифровку конкретних міфів. Але сучасні дослідження

все більше спрямовуються на теоретичні узагальнення: на розуміння природи міфологічної свідомості та міфотворчості, на встановлення ролі міфів у розвитку культури, соціуму.

І тут без порівняльного аналізу не обійтись.

Адже саме цей метод дозволив Дж. Кемпбеллу зробити декілька важливих узагальнень. В книзі «Герой з тисячею облич» дослідник зазначає, що основу будь-якого героїчного міфу складають символічні форми вираження двох найважливіших для людської історії подій – створення світу та становлення особистості. В епосах про героїв різних народів закладено основний космогонічний міф і обряди ініціації [236].

Зміна соціального статусу героя, що складає головну мету ініціації, передбачає відміну попереднього становища, набуття нових культурних функцій. Це є одним із способів залучення людини до суспільства і культури, в якій вона живе. І саме це привернуло увагу Дж. Кемпбелла. Спираючись на праці З. Фрейда, К. Юнга, він зводить власні роздуми до висновку, що казкове оповідання або міф (Кемпбелл не проводив чіткого розмежування між ними), що претендує на описання життєвого шляху легендарного героя або могутнього божества, тотемного предка, є просто символічне вираження неусвідомлених бажань, комплексів, страхів і конфліктів, які лежать в основі свідомих моделей людської поведінки. За словами Кемпбелла, «міфологія – це психологія, що помилково прочитана як біографія, історія та космологія» [236].

На всьому шляху героя, у всіх ініціаціях його «єго» не знищується, а, навпаки, рамки його уявлення про себе розширюються: замість того, щоб піклуватись лише про себе, герой, як індивід, стає відданим суспільству, в якому він живе.

Тобто міфи розповідають про те, що для людей має першочергове значення, – основні вічні принципи, які треба знати кожному. Це необхідно для того, щоб «наша свідомість не втратила зв'язок із найпотаємнішими сховищами душі, звідки виходять головні прагнення» [237].

Таким чином, в теорії Дж. Кемпбелла бачимо те, що й в інших теоріях міфу, – намагання не стільки дослідити міфологію, скільки крізь її призму роздивитись Людину.

Тому вихід з проблеми, позначеною І.М. Дьяконовим та іншими критиками, полягає у комплексному застосуванні різних теорій, в залежності від цілей, задач та предметів досліджень.

Саме так, комплексно, здійснюється міфопоетичний аналіз культурних текстів, які є драматургічним підґрунтям «театру» буття, та предметних культурних артефактів, які є частиною сценографії цього «театру».

Міфопоетичний підхід до аналізу текстів зародився у літературознавстві. Метою цього аналізу є виявлення провідного міфу і трансформації його змісту в художньому творі певної епохи або в творчій системі певного автора. Предметом міфопоетичного аналізу є розглядання рецепції і трансформації в текстах міфологічного, символічного та архетипного як універсальних проявів знакової сутності культури.

На практиці це проявляється у тому, що будь-які тексти (літературні, фольклорні) інтерпретуються в термінах міфу і ритуалу.

Зважаючи на те, що в культурології в якості текстів розглядаються будь-які факти культури (предмети, явища, події, процеси), цей підхід логічно і обґрунтовано імплементується з літературознавства у культурологію для аналізу міфопоетики культурних артефактів, а також в соціальну філософію для осмислення деяких процесів, що відбуваються в системі «особистість – суспільство – культура – природа». Саме в цьому аспекті підхід був апробований при розробці авторського курсу «Міфопоетика культурного артефакту», який входить до навчального процесу підготовки бакалаврів з культурології в Одеському національному політехнічному університеті [238; 239], а також в рамках роботи студентського науково-дослідницького гуртка з цієї тематики [9; 217; 224].

Під культурним артефактом тут розуміється інтерпретаційне втілення будь-якої культурної форми в конкретному матеріальному продукті, поведінковому акті, соціальній структу-

рі, інформаційному повідомленні або оцінювальному судженні. Культурна форма – взірець рішення задачі, що задовольняє якусь групову або індивідуальну потребу (інтерес) людей, тобто факт культури, який виступає в якості нормативного зразка.

Багатоаспектність феноменів, які залучаються до практики міфопоетичного аналізу, – міф, культурний артефакт, науковий метод пізнання тощо, – робить і саму цю практику багатоаспектною, багатомірною. Методики, що використовуються в міфопоетичному аналізі, можна розділити по аспектах: семантичний (тезаурусна методика, дефінітивна, порівняльна, топологічна), функціональний (дистрибутивна та функціональна методика) та структурний аналіз (методика аналізу структури тексту і контексту).

Основними елементами міфопоетики культурних артефактів є міфеми та міфологеми. Виявив ці елементи в текстах К. Леві-Стросс [240], а Ж. Дюран ці поняття поклав в основу своєї теорії [241; 242]. Згідно з цією теорією, міфеми, як найменші частини міфологічного тексту, можуть поєднуватись з іншими, створюючи міфологему.

Міфологема тут визначається як міфологічний сюжет, сцена або образ, які характеризуються глобальністю, універсальністю і мають широке розповсюдження в культурах народів світу.

Загальна схема аналізу міфопоетики художнього твору така:

– перший етап – виокремлення міфологічних сюжетів та мотивів, які застосовуються автором (авторами) у творі, дослідження їх трансформації по відношенню до первинного міфу;

– другий етап – розглядання дій та характеристик персонажів в ракурсі їх міфологічного походження та мислення, міфологічної спрямованості їх репрезентації;

– третій етап – виявлення значення новоствореного міфу для розуміння дійсності, яка розвивається в картині світу автора та його персонажів, у взаємозв'язку з іншими міфами даного історично-культурного простору.

За такою схемою можна здійснювати аналіз не лише художніх творів [243], а й будь-яких культурних артефактів і феноменів, в тому числі й тих, що формують міфопоетику театральності буття. Ця міфопоетика не лише стає основою (або частиною) семантичної «тканини» тексту, а й сприяє формуванню особливого комунікативного простору/середовища навколо нього. Основні складові міфопоетичного тексту – символи, образи, міфологеми, сюжет – стають носіями інформації, яка виходить за межі тексту, розповсюджуючись в соціокультурному середовищі, створюючи відповідний культурний контекст [9; 215 – 217; 223; 224]. Тобто не лише культурний контекст впливає на створення міфопоетичного тексту, а й міфопоетика цього тексту може впливати на формування культурного контексту (або окремих його складових).

Особливої виразності цей процес набуває в таких видах «театру» життя, як релігійні, магичні ритуали, деякі політичні акції та інші культурні практики, які передбачають активну соціальну комунікацію.

Міфологеми тут є не лише структурними елементами сюжетів/сценаріїв, а й формують їх смислове поле, яке, виходячи за межі тексту та розповсюджуючись у соціокультурному середовищі, створює відповідний культурний та соціально-філософський контекст.

В цьому плані концепт «ляльковий театр буття» можна розглядати як міфологему, яка, утворившись в антропологічних міфах, допомагала людям осмислювати своє походження та місце у всесвіті.

## 3.2. Антропогонічна міфопоетика

### «лялькового театру» буття

Прагнення людства з'ясувати своє походження призвело до появи великої кількості антропогонічних міфів, в яких йдеться про походження людей від ляльок, створених богами.

Згідно з такими міфами, частіш за все боги робили людей з глини або землі.

В шумерській міфології бог мудрості Енкі наказує богині-матері Нінмах виліпити з глини людину. За акадським варіантом – Мардук робить людей з глини, змішаної з кров'ю вбитого ним чудовиська Кінгу. У міфі ірокезів Іоскеха – уособлення весни та творчих сил природи – ліпить перших людей з глини за своїм відображенням у воді. Древньоєгипетський бог-творець Хнум виготовляє людей на гончарному колесі. Древньогрецький Прометей робить людей з глини. Алтайський громовержець, верховне божество, створює перших сім чоловік з глини та очерету [244, с. 87 – 89].

Проте глина – не єдиний «будівельний» матеріал, придатний для створення людей. У «Повісті минулих літ» (у запису, що відноситься до 1071 р.) волхви розповідають про те, як людину було створено з ганчірок: «Коли мився бог у мийні і спотівся, він отерся віхтем і скинув [його] з неба на землю. І засперечався сатана з богом, кому з нього створити людину. І створив диявол людину, а бог душу в неї вложив» [245].

Цей міф, до речі, частково пояснює, чому більшість слов'янських ритуальних ляльок робилось із ганчір'я, стрічок.

Крім того, подібні міфи дозволяють зрозуміти, чому ритуальні ляльки робляться, як правило, без обличчя. Без обличчя, без очей, які «дзеркало душі», – це ще не людина. Це лише матеріал, напівфабрикат, що знаходиться в руках Вищого Творця. Тому лялька, яка за формою вже нагадує людину, але ще без обличчя, знаходиться у пограничному стані, який дозволяє їй бути медіатором між світом людей і світом богів та силами

природи. Це давало підґрунтя для віри у те, що, впливаючи на ляльку, можна вплинути і на природу, і на волю богів [246].

Такі ляльки-медіатори присутні в традиціях, наприклад, Японії. На новорічні свята японці дарять один одному ляльок під назвою «дарума». Характерна ознака цих ляльок – очі без зіниць. Спочатку той, кому подарували ляльку, має загадати бажання, потім намалювати зіницю в одному оці ляльки. Даруму зберігають на видному місці протягом року. Якщо бажання здійснюється до наступного року, ляльці домальовують друге око. А якщо бажання не здійснюється, її відносять у храм та спалюють.

Схожі функції мали виконувати і слов'янські ляльки, які робилися на свята, що пов'язувалися зі зміною пор року. Наприклад, ляльки, яких робили (і роблять досі) на Масляну та Івана-Купала. Цих ляльок зазвичай роблять великими, щоб навколо них можна було б водити хороводи. Наприкінці ритуальних ігор їх спалюють. Люди вірять, що ляльки-чучела, зроблені з соломи, гілок, убрані в жіночий одяг, згораючи у полум'ї костра, уносять із собою голод, холод, хвороби. На зміну їм повинні прийти тепло, новий врожай, ситість, здоров'я. В цьому проявляється архетип бога, що вмирає та воскресає, ототожнюючи циклічність оновлення природи.

Наряду з чучелом Масляної існувала і лялька-Масляна, або домашня Масляна. Її роль у масляничних святах була більш скромною: таку ляльку теща виставляла у вікно, подаючи знак, що млинців вже напекла й очікує зятя із дочкою у гості. Тобто тут лялька також є медіатором, але не в магичній, а в соціальній комунікації, у відносинах між людьми.

Сьогодні ці ляльки знову входять «в моду», але вже з іншими функціями – не ритуальними, а символічно-естетичними [246].

Частіш за все такі ляльки виготовляються в техніці мотанки (або скрутки). Але якихось строгих правил їх виготовлення не існує. Єдина умова – в образі ляльки має відображатись ідея Сонця. Звідси – домінування в одязі таких ляльок



«сонячних» кольорів: червоного, жовтого, помаранчевого. Все інше – як підкаже фантазія майстрині.

Тому дослідження таких ляльок зводяться, як правило, до аналізу кожної конкретної ляльки, яка являє собою унікальне поєднання традиційності та авторських новацій. Деякі ляльки тримають у руках млинці, ув'язані в торбинку, або один великий млинець-Сонце, піднятий над головою. Ляльку-Масляну доволі часто зображають із піднятими догори руками, що означає пряме звертання до Сонця, до неба. Характерною рисою багатьох таких ляльок є спущені з рукавів стрічки, які символізують проміні Сонця. Ідею сонячних променів втілюють також у головних уборах або зачісках з багатьма косами, які сторчать, створюючи вигляд кокошнику.

При великому різноманітті сучасних ляльок-Масляних, є в них одна загальна риса – всі вони вже не є ритуальними предметами. В сучасній культурі вони виконують лише роль святкових атрибутів. Їх не спалюють, як чучело Масляної, ними не запрошують зятя на млинці. Вони просто є прикрасою святкового столу, урочисто сидючи біля головного блюда. Яскрава, нарядно вдягнена лялька створює атмосферу тепла і затишку, задає тон і настрій не лише застіллю, а й всьому святу.

Втім, деякі українські майстрині намагаються зберегти роль ляльки-Масляної як оберегу.

Якщо майстрині з Росії та Білорусі традиційно залишають таких ляльок без обличчя, обходячись білим полотном, то українські їх колеги все частіше закривають обличчя ляльок хрестом. Це призвело до серйозної плутанини в смислах і функціях традиційних слов'янських ляльок. Хрест, який з'являється майже у всіх «нових» ляльках-мотанках, виводить їх з розряду активних медіаторів, перетворюючи в дуже ефектні, красиві, але пасивні, по суті, фетиші. Хрест, закриваючи обличчя ляльки, не лише привносить інші смисли, але й якби запечатус його, а з ним – і канал (вікно, портал, як завгодно) зв'язку із Вищими Силами. Втрачаючи свою «недоробленість», лялька з хрестом на обличчі виходить з пограничного стану і не може вже бути посередником між людиною і Всесвітом.

Ці функції продовжують виконувати ляльки-Зерновушки або Круп'янички, а також ляльки-Травниці.

З початку це були мішечки з відбірним зерном нового врожаю. Його зберігали у красному куті хати, а навесні використовували для посіву. Цей мішечок з насінням був гарантією наступного гарного врожаю, ситості, достатку. Згодом прийшла думка, що практичну функцію мішечка-круп'янички можна посилити магічною символікою, для чого дуже підійшов архетипний образ Богині-Матері. До мішечка з насінням різних злаків почали пришивати голову без обличчя, пов'язували її хустинкою і пояском з магічним орнаментом, який зображав воду, землю, сонце, зерно.

Ляльки-Травниці відрізняються від Зерновушек тим, що їх спідниці, зібрані знизу мішечком, наповнюють не насінням, а травами (рис. 1).

Раніше цих ляльок робили виключно для себе і зберігали у домі, тепер все частіш їх дарять друзям і близьким як символ багатства і добробуту.



**Рис. 1.** Ляльки Зерновшки-Травниці.  
Автор – Белла Шмараєва. Одеса, 2013

Якщо хрест здатен змінити смисловий зміст ляльки без обличчя, то поява в неї обличчя взагалі докорінно змінює її роль в «театрі» ритуалу і повсякденності. Зберігаючи і традиційну міфопоетику, і зовнішній вигляд, така лялька стає носієм інформації ще й емоційного характеру. Чим ще більше

посилує театральність цього предметного світу, вносячи в нього артистизм.

Звісно ж, артистизм – риса, притаманна виключно людині. Але проявляти вона його може по-різному. В тому числі – і через художні образи, які створює. До таких образів можна віднести ляльку-Козу [247].

Лялька-Коза здавна була обов'язковим атрибутом різдвяних свят, наряду з людиною, яка зображала Козу. В святочних обходах подвір'їв роль Кози зазвичай грав молодий хлопець, на котрого вдягали кожух, вивернутий хутром назовні. Обличчя мазали сажею, на голову вдягали шапку з рогами. Коза-ряжений сідав верхи на дугу, і так його ввели колядники від хати до хати.

Присутність Кози на подвір'ї повинно було забезпечити добробут господарям дому, оскільки коза вважалася символом життєвої сили землі, плодючості. Це зафіксовано у відомій українській колядці [248]:

Де коза ходить,  
Там жито родить.  
Коза ногами,  
Жито копами.  
Де коза рогом,  
Там жито стогом,  
Де не буває,  
Там вилягає...

Лялька-Коза наділялась тими ж функціями, що й перевдягнений в Козу колядник. Її робили з лика або соломи у зооантропоморфному вигляді: голова кози, а тіло жінки (відголоски тотемічних уявлень). Ляльку наряджали в яскравий одяг з широкою спідницею або сарафаном, поверх яких закріплювалися обрядові речі: монетки, підковки на щастя, мішечки з насінням. І обов'язково – дзвіночки, дзвін котрих мав відганяти нечисту силу. Тому лялька, що залишалася вдома після свят, служила оберегом.

Живості та емоційності образу Кози надають не лише очі, а й різки-косички, які виплітаються і закріплюються так,

щоб вони завжди сторчали уверх. Тому лялька-Коза завжди виглядає пустотливою, веселою, життєлюбною.

Лялька-Коза цікава ще й тим, що в ній відображається така риса слов'янського менталітету, як поєднання традиційності з новаторством, постійним творчим пошуком, експериментом, привнесення особистого світосприйняття. Тому в ляльці, навіть ритуальній, яка передбачає певну іконографію, немає жорстких канонів, є лише загальні вимоги, які залишають майстру, художнику, що створює цю ляльку, широке поле для самовираження. Цим майстри користуються й по сьогодні, збагачуючи образ ляльки-Кози найрізноманітнішими штрихами, але зберігаючи в ньому головне – невичерпний оптимізм (рис. 2).



**Рис. 2.** Лялька-Коза в різних образах.  
Автор – Галина Кононенко. Одеса, 2015

Створюючи ляльку-Козу як образ, майстрині керуються не лише загальною іконографією, а й тим враженням, яке формується під впливом фольклорних текстів. В українських та руських народних казках Коза – один з найбільш яскравих персонажів, який виступає в досить суперечливих образах: від брехухи й аферистки Кози-Дерези до турботливої матері сімох козлят, яка заради дітей готова дати відсіч самому Вовку.

Сучасні варіанти ляльки-Кози наочно демонструють трансформацію смислового змісту при трансляції культурного явища в нову епоху. Зберігшись до сьогодні й активно побутуючи в сучасній культурі, ритуальна лялька перетворюється з предмета магічного в символічний. В урбанізованій культурі, відірваній від землі, від природи, лялька-Коза як атрибут ритуалу, спрямованого на підвищення плодючості землі, вже не актуальна. Тому зараз лялька-Коза все частіше інтерпретується як символ жіночої сили. Причому у всіх її проявах: Коза завжди святково вдягнена, нібито кожен день для неї – свято. Вона приваблива, кокетлива, грайлива, але за необхідністю може й рогом вдарити. Отже ця яскрава, позитивна лялька покликана підтримати свою хазяйку у важкій справі – завжди залишатись Жінкою.

Проте, якими б різними якостями не наділяли люди образ Кози у фольклорі та сучасних творчих практиках, за нею зберігається головне – вона завжди розумна і артистична, що відносить її до розряду фольклорних трикстерів [203]. Саме це робить її привабливою й досі, спонукає вписувати в сучасний соціокультурний контекст, нехай і з іншим смисловим підґрунтям.

Втім, є ляльки, які вписалися в сучасний культурний контекст, не втративши ані свого ритуального призначення, ані свого зовнішнього вигляду. Йдеться про ляльки-Мартенічки [249; 250].

По суті, Мартенічки – це один ритуальний предмет, що складається з двох ляльок, зроблених з червоних та білих ниток. Ним «закликають» весну, намагаючись наблизити її прихід. Лялька, зроблена з білих ниток, символізує зиму, що по-

винна піти, а лялька з червоних ниток – символізує весну, яка має прийти їй на зміну (рис. 3). Ляльок цих зв'язують в пару і першого березня прикріплюють до одягу, щоб носити, як амулет.



**Рис. 3.** Мартенічка.

Автор – Лада Прокопович. Одеса, 2013

Традиція робити червоно-білих ляльок до початку весни збереглась в Україні, Росії, Болгарії, Молдові, Румунії.

В Молдові свято зустрічі весни називається «Мерцішор». Вважається, що виникло воно за часів Римської імперії, коли Новий рік зустрічали 1 березня. Це місяць бога Марса, котрий був не лише богом війни, а й протегував хліборобам. Однак археологічні розкопки у Румунії свідчать про те, що амулети, схожі з сучасними мерцішорами, існували біля восьми тисяч років тому. Тільки тоді вони робились з глини або малесеньких камінців, що розкрашувались у білий та червоний кольори [251].

Якщо в Румунії та Молдові це свято пов'язується з Марсом, тобто з чоловічим началом, то в Болгарії назва свята – Баба Марта – вказує на культ жіночого начала. І це пояснює наявність в якості головного атрибуту саме парної ляльки. В основі смислового змісту цього фетишу лежить міфологема про зміну пор року в результаті протистояння Зими і Весни.

Виготовленням ляльки та її носінням на одязі ритуал не обмежується. 22 березня – в день весіннього рівнодення – мартенічки вивішуються на плодіві дерева. Це астрономічна ситуація, коли день і ніч зрівнюються в часі, тобто досягається певна точка рівноваги, паритету між Зимомою та Весною.

Втім, весну зустрічали не лише із Мартенічками. Ще одним атрибутом весняних свят була лялька-Веснянка, яку дівчата дарили подругам та родичам з побажанням здоров'я, краси, радощів.

Спільне у Веснянок та Мартенічок – лише техніка виконання: й ті, й інші робляться з ниток і зв'язуються за однією схемою. Відрізняються ж ці ляльки тим, що, по-перше, Веснянки – ляльки не парні, а по-друге, в кольоровій гамі не так консервативні. У Веснянках використовуються нитки різних кольорів та відтінків, чим більше, тим краще.

Крім того, ляльки-Веснянки передбачають велике різноманіття в художніх рішеннях. Зачіски, прикраси, декор спідниць і рукавів можуть бути якими завгодно, головне, щоб вони відповідали основній ідеї – приходу весни, пробудженню рослинності, встановленню світла, тепла і радості життя (рис. 4).



**Рис. 4.** Веснянка.

Автор – Лада Прокопович. Одеса, 2015

Ляльки-Веснянки надають найширших можливостей для реалізації художніх задумок майстрів, які їх створюють. Ритуальні слов'янські ляльки, в тому числі й Веснянки, як раз тим і цікаві, що, наряду зі збереженням традицій, не виключають (а, скоріш, навіть передбачають) новацій, які б забезпечували привнесення нових смислів. Сучасні ляльки-Веснянки не призначені «закликати» весну, вони лише її символізують. А оскільки головною прикметою весни є пробудження рослинності, то і характерною прикрасою ляльки-Веснянки стають квіти. Тому сучасні Веснянки – це своєрідні слов'янські Флори. Маленькі скромні богині рослинного світу.

Щільно пов'язаний із рослинним світом ще один весняний ритуал, який проводився на Русі в Семицький тиждень (кінець травня – початок червня). Цей ритуал був частиною обряду «Хрещення зозулі». Дівчата робили з трави «сльози зозулі» маленьких ляльок, котрих обвивали яскравими стрічками та вбирали в білий одяг. Потім в «колисках», які робили з хустинок, розвішували на березах. В надвечір'ї ляльку «ховали», а днів через десять – урочисто «воскрешали» [251].

При цьому співалися пісні приблизного такого змісту:

Кукушечка, рябушечка,  
Пташечка плакучая,  
К нам весна пришла,  
Весна-красна,  
Нам зерна принесла...

Тут, як і у випадку з ляльками-Мартенічками, тексти пісень та ритуальні дії відображають циклічну зміну пор року. Проте міфологема інша – смерть та воскресіння божества, відповідального за оновлення життєвих сил природи.

На цієї ж міфологемі ґрунтується обряд «Внесення Літа», характерний для деяких районів Богемії, Сілезії. Різні варіанти цього обряду описав Дж. Фрезер в книзі «Золота гілка»: всі вони містять в якості головного атрибуту дерево із прикріпленою до його верхівки ляльки. Лялька ця символізує Літо, хоча назви в неї є й інші – Май, Наречена, богиня Весни [152].



Такі ритуали є прикладами того, що які б міфи (календарні, тотемічні, етіологічні) не лежали в їх основі, присутність ляльки обов'язково привносить в їх міфопоетику антропологічну та антропологічну символіку. Ця символіка відображає подвійне світосприйняття: з одного боку, вона відображає сприйняття людиною себе як ляльки у «театрі» життя, з іншого боку – роблячи ляльок, людина сама уподібнюється Творцеві.

Втім, відчуття себе лялькою у «театрі» життя не заважає людині бути одночасно і глядачем в цьому «театрі», і його критиком, і – головне – його інтерпретатором.

Інтерпретування «лялькового театру» буття дозволяє розглядати ляльок не лише як носіїв інформації ужиткового та міфологічного значення. Їх існування впливає на формування й осмислення естетичного та етичного боків життя, що є невід'ємною частиною системи цінностей. Адже лялька не лише є зменшеною копією людини, в ній моделюється весь комплекс людських відносин і культурних цінностей, які формують сутність соціальної реальності і потребують філософського осмислення.

### **3.3. Філософсько-аксіологічний аспект «лялькового театру» буття**

Визначаючи все, що має сенс або значення для людини, цінності пронизують всю сферу людського буття. Кожен індивід, соціальна група, суспільство здійснюють життєдіяльність в системі актуальних смислів і потреб. Як зазначав Д. Леонтьєв, «саме цінності виступають інтегративною основою як для окремо взятого індивіда, так і для будь-якої малої або великої соціальної групи, культури, нації, людства в цілому» [252, с. 15].

Генерація смислів та усвідомлення потреб, їх оцінка, відбуваються на тлі нескінченних спроб з'ясувати роль і місце людини у світі, пізнати закони існування цього світу.

Іноді в таких пошуках сенсу і законів життя допомагає погляд на соціальні процеси і явища, як на театр. У філософських роздумах цей погляд існує відтоді, як з'явився театр. Тобто вже з часів античності філософи проводили паралелі між життям та театром. В тому числі – і ляльковим театром.

Порівняння людей із ляльками (і ляльок із людьми) стало своєрідним дослідницьким підходом для філософів. Багато хто з них у своїх роздумах звертався до теми ляльок, лялькового театру, розмірковуючи про природу людини, розглядаючи її в соціальному, етичному, онтологічному аспектах.

Платон, наприклад, зазначав, що кожна людина є «одухотвореним образом», яким керують пристрасті. «Уявімо, що ми, живі істоти, – це чудесні ляльки богів, яких вони зробили чи то для забави, чи то з якоюсь серйозною метою, адже це нам невідомо; але ми знаємо, що внутрішні наші стани, про які ми говорили, подібно шнуркам або ниткам, тягнуть нас кожен у свій бік, і тому, що вони протилежні, тягнуть нас до протилежних дій» [253, с. 93]. Важко не вбачити в цьому порівнянні натяк на ляльку-маріонетку. Для більшої наочності філософ часто виступав з маріонеткою в руках [254, с. 31]. Бо так йому легше було пояснити свою думку про те, що людина повинна підкорюватися одній єдиній нитці, умовно називаючи її «золотою ниткою розуму і закону». Ця нитка має бути найміцнішою, «твердою, мов залізо», мати незмінну постійну форму та керувати усіма іншими, другорядними нитками, які відповідають за різні людські чесноти та пороки. Через цю алегорію філософ намагався затвердити поняття головного життєвого принципу, ціннісної інтенції.

Вважається, що саме у Платона теоретики та практики лялькового театру запозичили поняття «золота нитка», що у сучасному театрі ляльок означає головну нитку, яка керує та відповідає за рухи голови ляльки [255; 256].

Філософські роздуми Платона набули подальшого розвитку в працях його учня та послідовника Аристотеля. У трактаті «Про світ» він розмірковує про Бога, порівнюючи його з господарем лялькового театру або «механіком», який керує своїми маріонетками, тобто людьми. Так він змушує їх діяти, думати.

До цієї метафори, як до вдалого риторично-філософського прийому, охоче звертався Марк Аврелій, про що свідчить його праця «De se ipso» («До самого себе»). В цій праці, яка вважається пам'яткою моралістичної літератури, він продовжує порушену Платоном тему, застерігаючи сучасників від небезпеки піддаватися владі пороків, які мов дроти направляють людину, неначе ляльку. І робить песимістичний висновок про те, що земне життя людини підвладне цим дротам. «Смерть, – писав він, – зупиняє нещасне положення маріонетки, в якому ти знаходився все своє життя» [257].

Поет Горацій у своїх «Сатирах» розповідає про раба, якого звать Дав. Отримавши свободу на двадцять чотири години, за древнім законом, Дав виговорює своєму господарю все, що думає про нього: «Ти вважаєш себе моїм господарем? Командуєш мною з хлистом в руці, а по відношенню до інших ти ведеш себе як низький раб, підкорюючись, мов маріонетка, що рухається дротом у руках іншого» [258].

Середньовічна література продовжує порівняння божественної волі з мистецтвом маріонеточника. В цих уявленнях вона посилює вплив божественної волі на людину. Так, єпископ Синецій (V ст.), говорить про ляльку, яка «продовжує рухатись й тоді, коли рука, що нею керувала, перестає смикати за нитки» [259].

Порівняння життя з театром, а ляльки – з людиною, використовує література і більш пізніх часів. У вірші «Гра маріонеток» Свіфт пише, що мінлива сцена життя – лише театр, в якому з'являються різноманітні фігури. Парубки і старці, принци і селяни ділять між собою ролі... Вони підкорюються ниткам, які ними керують. Навіть слова, що вони проговорюють, не належать їм [260].

Згодом в літературі та інших культурних текстах з'являється не лише образ маріонетки, а й ляльки-іграшки. З такою лялькою починають порівнювати людину красиву зовні, але «пусту» внутрішньо: без душі, без серця, з обмеженим колом думок та прагнень. Така «лялька» є іграшкою не лише в руках Бога, а й для інших людей стає забавкою, яка, втім, швидко набридає. Саме таких «ляльок» виводили на сторінках своїх творів Іван Гончаров (в романі «Обрив»: «Жінка вона чи лялька, живе чи підробляється під життя?» [261]), Валентин Распутін (в оповіданні «Останній термін»: «Ці жінки, особливо котрі молодші, вони всі як заведені ляльки, одна на одну до того схожі, не відрізниш, де яка» [262]), Семен Данилюк (в романі «Бізнес-клас»: «Між тим, напроти нього сиділа пещена жінка, яка звикла до розкоші. Одягнена, мов лялька Барбі. Правда, і призначена вона, подібно Барбі, сидіти вдома на почесному місці» [263]).

Іноді таких людей-ляльок зображали як типових представників певних кіл суспільства. В романі «Лялька» Болеслав Прус, майстер тонкого психологізму, показав, як за блискучою зовнішністю Ізабелли Ленської, цієї красивої «ляльки», ховається крайній егоїзм та внутрішня пустота. Втім, «Ані Старський, ані пані Ізабелла, ані пані Евеліна, – пише Б. Прус, – не звалились з Місяця, вони виростили в певному середовищі, епосі, в атмосфері певних понять. Вони – як висип, який сам по собі не є хворобою, але служить симптомом зараження суспільного організму» [264].

Раніше схожу характеристику суспільному прошарку надав Петро Вяземський: «Істоти, що складають це суспільство, не люди, а якісь розмальовані ляльки» [265].

А на початку ХХ століття вже і богів починають порівнювати з іграшками-статуетками, ставлячи їх, як Й. Мандельштам, не вище за людей, а поряд з ними [266, с. 34 – 35]:

...Какой игрушечный удел,  
Какие робкие законы  
Приказывает торс точеный  
И холод этих хрупких тел!

Иных богов не надо славить:  
Они как равные с тобой,  
И, осторожною рукой,  
Позволено их переставить.

В сучасній культурі затвердження основних цінностей через порівняння людини із лялькою набуває інших, іноді велими епатажних, форм. Саме так подала свій соціальний протест на конкурсі «Євробачення-2018» представниця Ізраїлю. В своїй пісні «Тоу» («Іграшка») на фоні переліку деяких популярних ляльок-іграшок:

Ей, я думаю, ти забув, як гратися.  
Мій плюшевий ведмедик біжить.  
Барбі має що сказати... Ей! Ей!  
Мій «Саймон» говорить: залиш мене.  
Я забираю свого Пікачу додому...  
Ти такий ж дурний, як твій смартфон...

співачка повторює:

Я не маріонетка!  
Навіть не думай грати зі мною...  
Я не твоя іграшка!

В такій невігядливій формі проголошується свобода особистості як головна цінність сучасного людства. Цінність, яка обумовлює і головну мету людства у XXI столітті – «забезпечити людині можливість створювати і зберігати себе як особистість, інтелект, духовність у Гармонії із самою собою та суспільством», «зберегти людину й людство не просто як біосоціальну істоту, а як символ і втілення інтелекту і духовності» [267]. Тобто йдеться про необхідність формування й збереження індивідуальності особистості, яка потребує самореалізації у будь-які часи та у будь-яких умовах [268].

Порівняння людини із маріонеткою або лялькою-іграшкою дає філософам, письменникам, поетам можливість більш чітко позначити дуалістичність людського буття у співвідношеннях: людини та богу, людини та влади, божественної волі та власної волі людини, духовного та плотського, розуму

та емоцій. Тут і протиборство, і співіснування, співпраця людини із лялькою.

Зараз наряду з традиційними ляльками побутують ляльки авторські, які не лише створюють певне смислове і ціннісне поле, а й підтримують сучасну міфотворчість, яка іноді стає складовою культурної ідентичності. Наприклад, ляльки з «одеським характером».

Зазвичай, «характер», як понятійна категорія, виникає при спробі пояснити сутність етнічної, національної ідентичності. П.І. Гнатенко відносить національний характер до констант, відповідальних за збереження ідентичності певного суспільства самому собі. Саме завдяки цій константі риси національної психології передаються із покоління в покоління. Причому мова йде про передачу цих рис не генетично, а шляхом соціального наслідування [269, с. 166].

Саме за такою схемою утворюється і культурна ідентичність, тому і в ній важливою константою можна вважати характер. «Одеський характер» проявляється в різних життєвих ситуаціях, а ляльки іноді стають засобами його візуалізації і трансляції.

Якщо ритуальна лялька – це магічний медіатор між людиною та Вищими силами, то ляльку авторську слід розглядати, як посередника в комунікації між художником та глядачем. Майже завжди така комунікація набуває театральних рис: лише своєю присутністю лялька створює відчуття театру. А в контексті так званого «одеського міфу» ця театральність набуває ще й певної жанрової забарвленості: частіш за все, це – комедія. Бо в ляльках відображається, в основному, «позитивна» частина «одеського міфу», тобто така, що описується словами «сонце», «море», «гумор».

Наприклад, одеська майстриня Галина Кононенко завжди надає своїм лялькам не лише «одеських рис» у зовнішності (сукні або купальники, стилізовані під тільняшки, аксесуари з морською тематикою, яскраві, «сонячні» кольори в одязі), а й одеського характеру (рис. 5). Вони завжди посміхаються. І посмішки ці виражають весь діапазон відповідних почуттів –

від простої радості життя до іронії, а іноді – і самоіронії (який лялькар не намагається надати своєму творові хоч трохи власних рис?).



**Рис. 5.** Лялька «Венера Одеська».  
Автор – Галина Кононенко. Одеса, 2016

Втім, самоіронія – не єдина риса жінки в «одеському міфі». Ще присутня така якість, як невиправний оптимізм. Саме він спонукав Теффі порівняти одеситок з едельвейсами: «Эдельвейс, живой цветок на ледяной скале глетчера. Ничем тебя не сломить!.. Такой же эдельвейс бежал под пулеметным огнем в Киеве купить кружева на блузку. И такой же сидел в одесской парикмахерской, когда толпа в панике осаждала парходы» [270].

Аналіз таких текстів в комплексі з текстами предметними, в даному випадку – авторських ляльок, створює метатекстуальний культурний вимір, в якому виявляється театральність «одеського міфу». В купі з іншими властивостями [271], ця театральність створює умови для комунікації в двох планах:

- творчому – між митцем та глядачем;
- антропологічному – між одеситами та навколишнім світом (формування культурної ідентичності).

Отже, бачимо, що авторські ляльки часто стають носіями не лише творчої індивідуальності митця, елементів сучас-

ної міфотворчості, а й певних цінностей, які є основою для культурної ідентичності.

В останні роки набуває поширення й практика створення, скажімо так, напівавторської ляльки. Йдеться про особливий вид колекціонування ляльок, коли, придбавши звичайну ляльку масового виробництва, колекціонер «змиває» їй обличчя і малює нове.

«Лялька із стандартним обличчям – це просто річ, – каже колекціонерка Альбіна Манасян. – Малюючи їй нове обличчя, особливе, індивідуальне, я мов перетворюю її на особистість, наділяю її душею».

Таким чином в цій практиці фіксується ще одна з цінностей західної культури – цінність особистості, індивідуальності.

Проте, є в цій практиці ще один прояв ціннісного аспекту. Не обмежуючись простим збиранням, колекціонери перетворюються на митців, затверджуючи таким чином ще й цінність творчості. Творчості, яка в контексті «театру» буття перетворює їх на режисерів, драматургів, що створюють власних «персонажів» для своїх «лялькових театрів».

Тобто філософська метафора, що порівнює людей із ляльками, продовжує співіснувати з грою людей у богів.

Зараз, в епоху комп'ютерних технологій ця гра проявляється у створенні людиноподібних роботів. Такі роботи вже дають інтерв'ю журналістам, і навіть читають лекції з філософії студентам (у Військовій академії США).

Чи не є такі роботи новими, «просунутими» версіями ляльок? Ті ж маріонетки, тільки система управління більш складна.

Питання тепер в тому, чи зможуть (а якщо зможуть, то коли) ці «ляльки» перетворитись на «акторів», що здатні самостійно інтерпретувати свою роль? А якщо зможуть, чи не буде наступним кроком – перетворення їх на «режисерів», здатних ще й самостійно ставити завдання?.. Наскільки широким може бути коло цих завдань? Чи потрібно буде їх обмежувати так, як обмежуються зараз деякі людські прагнення та вчинки багатьма законами? Хто ці закони має встановлювати? Люди?



На якій підставі?.. Якщо закони для людей пишуть люди, то закони для роботів мають приймати роботи. А якщо роботи здатні формулювати закони, тобто мислити, то вони вже й не роботи?.. Чи зітреťся при цьому границя між людиноподібністю та людяністю?.. Яка роль буде відведена людині в цьому «біотехнокібернетичному театрі»?..

Хай там як воно складеться у майбутньому, але всі ці питання вже зараз змушують замислюватись (знову й знову) над тим, що є Людина. І метафора, що порівнює людей із ляльками, допомагає в цьому, як дослідницький підхід з потужним онтологічним ресурсом [272; 273].

### **Висновки до розділу 3**

1. Дослідження соціально-філософських аспектів культурних функцій ляльок у «театрі» буття показало, що вони проявляються в різних практиках і формах осмислення дійсності, це дає підстави вважати, що причиною театралізації життя є не лише начало ігрове, а й філософське.

2. Погляд на ляльок як на культурні артефакти/тексти дозволив для осмислення їх ролі у «театрі» буття застосувати методи міфопоетичного аналізу. Це дозволило виявити соціокультурні функції не лише ляльок, а й міфів. З'ясувалося, що більшість теорій міфу націлені не стільки на дослідження власне міфів, скільки на вивчення Людини крізь призму міфології.

3. Всі теорії міфу, що містять «соціальну» або «знаково-символічну» складові, так чи інакше пов'язані із театральністю буття. Бо саме театралізація різних культурних практик є найбільш ефективним засобом актуалізації міфу і міфологічної свідомості. І навпаки – міф є драматургічною основою для багатьох «спектаклів» у «театрі» буття.

4. Методологічні недоліки різних теорій міфу компенсуються комплексністю їх застосування у міфопоетичному аналізі культурних артефактів. Імплементация цього підходу із

літературознавства в культурологію та соціальну філософію, обґрунтування його застосування до вивчення міфопоетики театральності буття, складають наукову і практичну новизну даного дослідження.

5. Міфопоетика більшості ритуальних ляльок ґрунтується на антропогонічній міфологемі про походження людей з ляльок, створених богами. Ця міфологема породжує подвійне світосприйняття: з одного боку, вона відображає сприйняття людиною себе як ляльки у «театрі» життя, з іншого – роблячи ляльок, людина сама уподібнюється Творцеві.

Це світосприйняття збереглося і дооформилося у сучасній культурі. Відчуття себе лялькою у «театрі» життя не заважає людині бути одночасно і глядачем в цьому «театрі», і його критиком, і – головне – його інтерпретатором.

6. Таке ставлення створює умови для формування аксіологічного аспекту осмислення «лялькового театру» буття. Завдяки метафорі, що порівнює людей із ляльками (маріонетками, іграшками), висвітлюються головні цінності людського буття – певні моральні принципи, свобода вибору, індивідуальність особистості, творче начало в людській діяльності тощо.

7. Намагання не лише інтерпретувати, а й транслювати складний комплекс цінностей, уявлень, життєвих принципів, естетичних вподобань формує соціокомунікативне поле (або середовище) з різними видами комунікації, де лялька виступає своєрідним медіатором між людиною і всесвітом, людиною і суспільством, людиною і культурою.

Все це дає підстави вважати ляльок не лише багатофункціональними предметами культури, а й метафоричним образом/символом, який дозволяє більш повно зрозуміти природу людини, виявити риси, що визначають її саме як Людину.

## Розділ 4

# ТЕАТРАЛЬНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЙ В ТЕКСТАХ ТА ПОЗА НИМИ

Художня комунікація більшістю дослідників розглядається як одна із сутнісних сторін мистецтва. При цьому головна функція такої комунікації бачиться у передачі соціально накопиченого досвіду від митця до аудиторії, як способу прилучення людей до розуміння мистецтва, до найважливіших суспільно-політичних та моральних цінностей, втягнення їх у сферу художньої культури [274; 275].

Втім, деякі автори, говорячи про комунікативну природу мистецтва, звертають увагу на те, що комунікація виникає вже на етапі створення твору мистецтва: як діалог художника з зовнішнім світом та самим собою [276].

Дослідники, які розглядають систему художньої комунікації більш широко, вводять в неї ще й корпус критики, й різноманітні художні інституції [277].

Іншими словами, художня комунікація виходить за межі текстів, стаючи частиною соціокомунікативного простору культури (певною мірою його і формуючи).

В окремих випадках цей процес набуває рис театральності.

#### **4.1. Театральність як риса комунікативних функцій фольклорних та літературних трикстерів**

Фольклорні і літературні тексти утворюють складну систему комунікації двох видів – художньої та соціальної [278]. В цю комунікацію втягнуті не лише письменники і читачі, а й персонажі, найбільш яскравими та неоднозначними з яких є трикстери (міфологічні, фольклорні, літературні) [203; 204].

Поняття «трикстер» (від англ. *trick* – трюк, хитрість, жарт, фокус, розіграш), вийшовши з контексту міфології, переломившись в теорії архетипів К. Юнга, розповсюдилось практично по всім напрямкам гуманітарного знання. І всюди це поняття доповнюється новими характеристиками і трактовками.

В контексті міфологічного сюжету трикстера визначають як демонічно-комічного дублера культурного героя, якому притаманні риси шахрая-пустуна [279], «божественного блазня» [280], медіатора [240], провідника у культурний простір [281].

Поза межами міфу трикстер набуває більш детального опису своїх якостей. Як архетипу, йому приписується любов до підступних розіграшів та злих вибриків, властивість змінювати зовнішній вигляд, подвійна природа – наполовину тваринна, наполовину божественна, схильність до всякого роду мучень [282], а також парадоксальний прояв амбівалентності – поєднання «суворого цинізму засобів з непохитним моралізмом цілей» [283].

Така велика кількість функцій і характеристик трикстерів спонукала відомого дослідника цього феномену

Д. Гаврилова до створення переліку основних ознак архетипу Трикстер. Таких ознак дослідник виділяє сім:

1. Трикстер з'являється для порушення устоїв та традицій, що склалися. Він привносить елемент хаосу в існуючий порядок, сприяє деідеалізації, перетворенню світу ідеального в реальний.

2. Трикстер – це непідконтрольна нікому фундаментальна Сила, результат дії якої непередбачений, навіть для самого Трикстера. Трикстер – це провокатор та ініціатор соціокультурної дії та зміни творіння, яке виглядає як порча.

3. Трикстер виступає посередником між світами та соціальними групами, сприяє обміну між ними культурними цінностями і переводу інформації з царини непізнаного в царину пізнаного.

4. Трикстер – господар багатьох мистецтв, майстер на всі руки, іноді супутник культурного героя (або сам є культурним героєм), його провідник, його тінь, той, хто перевіряє претензії героя на Силу та Владу. Трикстер здобуває знання через порушення соціальної або космогонічної заборони.

5. Трикстер є аморальним з точки зору етичної системи, що існує для культурного героя. Він стоїть на межі світу людського суспільства та первісного світу Дикої Природи, тому з точки зору соціальної людини є смішним, нерозсудливим, несвідомим.

6. Трикстер – перевертень, гравець, для нього не існує звичного поняття про життя та смерть, бо гру кожного разу можна або припинити, або почати знов. Трикстер не завжди виходить переможцем з гри, яку сам же і затіяв, може стати жертвою власної хитрості.

7. Трикстер виступає як Старий Мудрець з одного боку, і як Юнак – з іншого, в залежності від того, який культурний герой знаходиться поряд, чію значущість йому треба принизити [284].

Цей перелік ознак трикстера є одним з найбільш узагальнених та повних. Проте він не пояснює, завдяки чому від-

бувається посередницька «місія» трикстера між світами та між соціальними групами, що саме сприяє обміну між ними інформацією та культурними цінностями, а також яких форм набувають провокації трикстера, порушення ним культурних норм та соціальних табу.

Для пояснення треба звернути увагу на таку рису трикстерів, як артистизм, театральність їх поведінки.

Функціональна важливість цих рис стає більш очевидною в дискурсі концепції театральності соціокомунікативних проявів культури, провідною ідеєю якої є усвідомлення того, що театральність виникає лише тоді, коли відбувається акт комунікації між людьми (тобто тоді, коли є «актор» і «публіка»), і навпаки, комунікативні акти набувають рис театральності завжди, коли є потреба у підвищенні ефективності комунікації [138; 139].

У світовій літературі виявляється багато персонажів, які підпадають під визначення «трикстер». Це і Тіль Уленшпігель, і барон Мюнхгаузен, і бравий солдат Швейк, і Пеппі Довганчоха, і Остап Бендер, і багато інших.

«Як же ж вони не схожі один на одного, – пише О.Ф. Ладохіна, – Уленшпігель – пустотливий жартівник, любитель підступних розіграшів і в той же час відважний борець за свободу Фландрії проти іспанського володарювання; чеський солдат Швейк – з виду повний «ідіот із довідкою», кладень безкінечних життєвих історій і одночасно талановитий саботажник, віртуозний хранитель власного достоїнства в протистоянні з тупою військовою машиною Австро-Угорської імперії; Бендер – артистичний і винахідливий переслідувач підпільних мільйонерів...» [285].

Як бачимо, наявність артистизму відмічено лише у Остапа Бендера. А між іншим, якщо звернути увагу на цю рису і у решти літературних трикстерів, то стає очевидним, що не так вони вже і не схожі. Адже, не було б в них спільних рис, навряд чи їх можна було б зачислити до одного архетипу. Вони всі втілюють сміхове начало, їм притаманні амбівалентність, функція медіатора, схильність до трансформації. І при

цьому кожен з цих трикстерів «трансформує шахрайство і трансгресії в художній жест – особливого роду перформанс, в якому прагматика трюку редуцирована, а на перший план висувається художній ефект» [286].

Чи можна в художньому жесті досягти художнього ефекту без артистизму? Навряд чи.

При цьому артистизм літературних трикстерів – це не стільки властивість характеру, скільки невід’ємна частина їх персонального «театру».

Цю якість трикстери «напрацьовували» поступово, еволюціонуючи від персонажів міфів до літературних героїв.

Якщо згадати, що міф, деградує та втрачає сакральність, трансформувався у казку, то народні казки можна вважати проміжною ланкою в еволюції літературних трикстерів.

У будь-якому разі, багато трикстерів, опинившись в контексті усної народної творчості, набули рис театральності, артистизму.

В міфологічних персонажах важко побачити прояви артистизму, бо вони позбавлені художньої виразності, образності, характерності. У міфі, де головним є сюжет, міфологема, персонажі є, скоріш, символічними образами. Характерні «подробиці» (ментальні, національні) з’являються в сюжетах та персонажах лише при переході їх у контекст фольклору. Адже у фольклору культурні завдання ширші, ніж у міфу, – зберегти і транслювати інформацію не лише космогонічного та світоглядного, а й культурно-антропологічного, ціннісного, національно-традиційного характеру. Тому і фольклорні трикстери вже не є деміургами (або анти-деміургами), богами, напівбогами, культурними героями. Вони все більше наділяються людськими рисами, стаючи частиною не Космосу, а Соціуму.

Наприклад, одна з героїнь слов’янського фольклору – Коза-Дереза.

Як вже було показано, є всі підстави вважати, що в давні часи коза була тотемною твариною. На це вказує, наприклад, обряд водіння Кози під час Різдвяних колядувань. Козу тут зображає, зазвичай, хтось із хлопців, якій вдягає кожух хутром

наверх, прикріплює до шапки козячі ріжки та співає пісні, що пов'язують козу із плодючістю землі. Традиція перевдягання у тварину або птаха завжди пов'язана із тотемічними уявленнями. Отже, і коза була тотемом для якоего древнього племені.

Проте з трансформацією тотемічних уявлень трансформувався й образ Кози. В казці Коза-Дереза виступає вже в якості трикстера – хитра, підступна і неймовірно артистична.

То вона перед дідом «ламає комедію»:

Ні, дідусю, я й не пила,  
я й не їла:  
тільки бігла через місточок  
та вхопила кленовий листочок,  
тільки бігла через гребельку  
та вхопила водиці крапельку.

То на лісових мешканців страху наводить:

Ніжками затопчу,  
хвостиком замету –  
тут тобі й смерть!

Такими ж рисами в українському фольклорі наділяється і Лисичка-Сестричка, яка то вовка обдурить, то зайця ошукає, то на пару з Паном Коцьким ведмедя та дикого кабана залякає. І все це також супроводжується артистизмом, прикиданням.

Талант перевтілення, лицедійства необхідний Козі-Дерезі та Лисичці-Сестричці, як «професійним» аферисткам, для впливу на оточення.

Тобто вже на цій стадії формування літературного трикстера стає очевидним, що він немислимий без публіки. А його комунікація з цією публікою немислима без театралізації.

Тут театралізація – свідомо обрана форма комунікації з публікою.

І Остап Бендер – не єдиний, хто натхненно лицедійствував перед публікою й виголошував запальні промови, на кшталт тієї, що пролунала на засіданні Союзу Меча і Орала. Кожен з літературних трикстерів влаштовував подібні вистави.



«Того пам'ятного дня празькі вулиці побачили приклад зворушливого патріотизму: стара жінка штовхала поперед себе візок, на якому сидів чоловік у військовому кашкеті й розмахував милицями. Начищений франтик на його кашкеті аж сяяв, а на піджаці красувався барвистий рекрутський букетик.

Безперестанку вимахуючи милицями, цей чоловік щохвилини кричав на всю вулицю: «На Белград! На Белград!».

За ним ішов цілий натовп, який виріс із невеличкої купки людей, що зібрались перед будинком, звідкля Швейк виїхав на війну.

Швейк міг констатувати, що деякі поліцаї на перехрестях віддавали йому честь.

На Вацлавській площі юрба навколо Швейкового візка зросла до кількохсот чоловік...» [287].

«У вітальні Сетергрєнів сиділи три поважні дами, Томмі, Аніка та їхня мати. Стіл був уже накритий, а в каміні палали дрова. Дами спокійно розмовляли між собою, а Томмі з Анікою, вмовистившись на канапі, гортали альбом. Усе навколо дихало миром і спокоєм. Та несподівано той спокій порушила команда:

– Гвинтівку на плече!

Голос почувся з коридору, а за мить на порозі з'явилася Пеппі Довгапанчоха. Вона крикнула так гучно, що з несподіванки дами аж підскочили:

– Рота, кроком руш! – І, гупаючи підборами, підійшла до пані Сетергрєн.

– Рота, стань! – скомандувала вона й спинилася.

– Руки вперед, раз два! – крикнула далі Пеппі і обома руками щиро потиснула господині руку.

– Коліна зігни! – вигукнула вона й присіла в поклони.

Тоді всміхнулася до пані Сетергрєн і мовила своїм звичайним голосом:

– Я дуже несмілива і якби не скомандувала собі, то й досі стояла б у коридорі й не зважувалася б зайти» [288].

Здавалось би, важко знайти більш не схожих персонажів, ніж Швейк та Пеппі Довгапанчоха. Але як багато спільного в їх театралізованих провокаціях! Нехай бунт у кожного свій, але форма його вираження – спільна: лицедійство з елементами буфонади, фарсу, бурлеску та інших прийомів, які дозволяють будь-яку трансгресію перетворити на художній акт.

Особливе місце в літературі посідає Воланд зі своїм почтом. Унікальний приклад колективного трикстера.

З одного боку, тут як найкраще позначена «демонічно-комічна» (за Є. Мелетинським) сутність явища, з іншого боку – підкреслюється його театральність: в окремих епізодах межа між поняттями «почет» і «трупа бродячого цирку» майже не відчувається.

«Выход мага с его длинным помощником и котом, вступившим на сцену на задних лапах, очень понравился публике.

– Кресло мне, – негромко приказал Воланд, и в ту же секунду, неизвестно как и откуда, на сцене появилось кресло, в которое сел маг, – скажи мне, любезный Фагот, – осведомился Воланд у клетчатого гаера, носившего, по-видимому, и другое наименование, кроме «Коровьев», – как по-твоему, ведь московское народонаселение значительно изменилось?

Маг поглядел на затихшую, пораженную появлением кресла из воздуха публику.

– Точно так, мессир, – негромко ответил Фагот-Коровьев.

– Ты прав. Горожане сильно изменились, внешне, я говорю, как и сам город, впрочем. О костюмах нечего уж и говорить, но появились эти... как их... трамваи, автомобили...

– Автобусы, – почтительно подсказал Фагот.

Публика внимательно слушала этот разговор, полагая, что он является прелюдией к магическим фокусам...» [289].

Трикстери завжди знаходяться у стані/процесі виступу перед публікою (навіть якщо публіка представлена лише одним глядачем – Кісою Вороб'яніновим, наприклад), їх діяльність – активно комунікативна. Недарма ж німецький переклад книги Е. Распе з доповненнями Готфріда Августа Бюргера,

який вийшов у 1786 році, називався «Дивовижні мандри на суші та на морі, військові походи і веселі пригоди Барона фон Мюнхгаузена, про які він зазвичай розповідає за пляшкою в колі своїх друзів» [290].

Проте публіка необхідна трикстерам рівно настільки, наскільки вона потрібна письменникові. Адже якщо в міфах трикстери – це медіатори між світами, системами світосприйняття, то в літературі трикстери – це посередники між письменником і читачем. Причому в значно більшій мірі, ніж решта персонажів. Тому що тільки через трикстера письменник може сказати те, чого не може висказати напряму, відкритим текстом.

Визнаючи роль літературних трикстерів як посередників між письменником і читачем, слід визнати і те, що саме цим пояснюється популярність трикстерів: через них ведеться найбільш чесна (й не нудна) проповідь. Проповідь, в якій відсутні недомовленості, моралізаторство, ханжество, пристосування, маніпулювання. Проповідь, яка ні до чого не призиває (напряму), але змушує багато про що замислитись.

Витоки цієї форми «літературної проповіді» простежуються в образі популярного на Сході трикстера – Ходжі Насреддіна. Називаючи його ходжею, або муллою, оповідач вказував не на його релігійний статус, а на те, що він є, насамперед, вчителем, наставником. Для того, щоб донести до слухача смисл своєї промови, Насреддін використовує особливу техніку дервішів, яка полягає у тому, що він грає роль людини пересічної, непосвяченої (суфісти називають це «шляхом докору»), щоб слухач зміг відобразитись в ситуації, як в дзеркалі, і отримати урок. «Його вдавана ненормальність та ексцентричність є маскою Трикстера, яка служить для привертання і фіксації уваги» [284]. Отже, і тут бачимо «театр»: «театр» Насреддіна і «театр» того, хто про нього розповідає. «Театр», який допомагає промовляти, оприлюднювати будь-яку інформацію – для повчання, для поштовху до розмірковування, до осмислення дійсності.

Тому трикстери залишаються затребуваними персонажами і у фольклорі, і в художній літературі. Трикстери продо-

вжують з'являтися на сторінках літературних творів, доводячи до публіки специфічні проповіді й відображаючи особливості тих історичних періодів, в межах яких вони діють.

Частіш за все трикстери у фольклорі та літературі з'являються (або відроджуються) в періоди соціальних змін, геополітичних трансформацій, тобто у перехідних моментах історії. На це вказує і Д. Гаврилов, помічаючи, що відродження давнього театру Петрушки в Росії відбувається напередодні Русько-японської війни та Жовтневої революції, відповідно; ляльковий театр Пульчинелло розквітає в період посилення експансії Австрійської імперії в Італії; передчуття Світових війн підштовхує Ярослава Гашека до створення бравого солдата Швейка; Бомарше буквально напередодні Великої Французької революції ставить «Севільського цирульника» та «Одруження Фігаро» і т.д. [284].

Одеська література поповнилася трикстерами у переломні, тяжкі, «веселі» 90-і роки минулого століття. «Кінець століття двадцятого – початок двадцять першого. Злам тисячоліть. Як пережили цей тяжкий історичний момент одесити? Звісно ж, з гумором. І з любов'ю. А ще з думкою про те, що як сильно не тиснули б на нас зовнішні обставини, ми все одно виживимо. І допоможемо вижити решті», – наголошено в анотації до роману «Одеський сувенір» [291].

Один з критиків цього роману, до речі, помітив ще одну особливість виникнення трикстерів. «Шорт-роман Лади Прокопович – парафраз або натяк на плутовський роман, – зауважує Євгеній Голубовський, – але на відміну від класичного, де інтрига частіш за все тримається на ризикованих походеньках головного героя, тут всі діючі особи – головні «герої» [291, с. 3]. Тобто йдеться про те, що предметом осмислення можуть бути не лише комунікативно-театральні характеристики персонажів-трикстерів, а й кількість таких персонажів на «одиницю площі» літературного тексту. Цей показник може бути досить інформативним при аналізі соціокультурної ситуації, соціальних відносин у певному культурно-історичному контексті.

Щодо «якісних показників», то слід зауважити, що деякі з них залишаються дискусійними. Наприклад, дискусійним є питання про творчий характер діяльності трикстерів.

Деякі дослідники називають трикстера «креативним ідіотом», або «дурнем, що творить» (“*creative idiot*”) [292, с. 11], говорять про те, що, порушуючи та висміюючи межі між опозиціями, трикстер здійснює так званий творчий «вибух» [281]. Важко з цим погодитись на тлі таких характеристик трикстера, як «руйнівник», «провокатор», «підривник», «порушник», «капосник» тощо. Така діяльність не є творчою. Проте вона може сприяти підготовці підґрунтя для творчості.

Трикстери профанують старі, точніше, застарілі, неактуальні культурні цінності і норми; руйнують границі між «дозволеним» і «недозволеним», «офіційним» і «неофіційним»; дискредитують «старих» культурних героїв тощо. Але вони не створюють нічого нового. Руйнуючи старе, вони «розчищають» простір для появи нового. Дискредитуючи «старих» культурних героїв, вони звільняють шлях для нових героїв, які, власне, і будуть створювати щось нове.

До того ж, опозиційність трикстерів далеко не завжди проявляється в такій фундаментальній руйнації. Залишаючись «дрібними капосниками», вони особливо-то нічого й не руйнують, але, як вже було сказано, змушують замислитись над тим, що не все, що створюють люди, є вічним, непохитним і безперечним.

Саме тому трикстери завжди знаходяться в стані лімінальності, потреба в них виникає лише у пограничних ситуаціях (а не в умовах заборон [281], які існують завжди). Спроби знайти трикстерів серед персонажів, які діють в інших обставинах і з іншими функціями, призводять до появи «гібридних» понять на кшталт «стерилізованого трикстера» [292], «освоєного трикстера» [293], «бінару культурний герой-трикстер» [294]. Такі конструкції не стільки розширюють поняття «трикстер», скільки розмивають його, сприяючи термінологічній невизначеності.

Одним із шляхів подолання таких протиріч може стати розмежування понять «творчість» і «креативність» [204]. Тво-

рчість – це *створення* чогось, в тому числі і чогось нового. За визначенням М. Бердяєва, творчість – це процес людської діяльності, що створює якісно нові матеріальні та духовні цінності. Творчість – здатність, здібність людини, що виникає в процесі праці, створювати (на основі пізнання закономірностей об'єктивного світу) з наданого дійсністю матеріалу нову реальність, що задовольняє багатоманітність суспільних потреб [295]. Креативність – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, схильність до сміливих, нестандартних рішень проблеми. Виходячи з цього, винахід принципово нового способу руйнування – це креативність. Але не творчість. Тому трикстери – креативні, але не творчі.

Тут доцільним є і розділення трикстерів на міфологічних, фольклорних, літературних, політичних тощо. Принаймні, як показало дане дослідження, це дозволяє більш чітко визначити їх соціокультурні функції та характеристики в певних контекстах.

Отже, дослідження театральності як характерної риси трикстерів приводить до розуміння того, що вона формувалась в цих персонажів поступово, в залежності від комунікативних потреб, що з'являлися.

У кожному новому контексті – міф, фольклор, літературний твір, – трикстер опинявся перед:

- більш широкою аудиторією;
- новими цілями і завданнями (сюжетними, жанровими, авторськими);
- більш високим ступенем прояву авторського в тексті.

Умови, що змінювались, вимагали нових форм комунікації. Для трикстерів найбільш ефективною виявилась театралізація.

Крім того, трикстери, як літературні персонажі, беруть участь у комунікаціях не лише з рештою персонажів в рамках тексту, а й поза межами тексту: виступають медіаторами на головних соціокультурних комунікаційних магістралях – «письменник – читач», «особистість – соціум – культура».

З'являючись (або відроджуючись) у фольклорі та літературі в періоди соціальних змін, культурних трансформацій, руйнуючи «старі» норми та дискредитуючи «старі» цінності, образи трикстерів створюють підґрунтя для «культурних вибухів», які формують нові цінності, ідейно-сміслові орієнтири та системи соціальних відносин.

#### **4.2. Художня та соціальна комунікації в «імерсивному театрі» літературної пародії**

В системі художньої комунікації часто виникають ситуації, коли реципієнт, що сприймає мистецтво, сам виявляється художником або поетом. Тоді свою реакцію на твір мистецтва він оформлює теж у вигляді твору мистецтва. І комунікація стає художньою не лише за характером зв'язків, а й за формою.

Це схоже на імерсивний (інтерактивний) театр, характерною ознакою якого є безпосереднє втягування глядача в хід дії, провокування його до творчого співавторства [2]. Такий театр створює можливості для виходу тексту спектаклю за межі театральної сцени в більш широкий культурний простір. Точніше – додаткові можливості, бо, згідно з Р. Бартом, будь-який текст «є інтертекстом; інші тексти присутні в ньому на різних рівнях в більш чи менш впізнаних формах; тести попередньої культури і тексти оточуючої культури» [108].

Інтертекстуальність художньої комунікації повною мірою проявляється в такому літературному жанрі, як пародія [296 – 298].

До теоретичного осмислення пародії як літературного жанру зверталось багато вчених.

Наприклад, в 20-і роки минулого століття Юрій Тинянов писав про пародії в статтях «Достоевський і Гоголь. До теорії пародії» та «Про пародії» [299]. Згодом його методологічний підхід до вивчення пародії аналізували інші дослідники, зок-

рема, Ю. Шатін [300]. Суть цього підходу полягає у виявленні та розділенні в пародії пародичності і пародійності (за аналогією з ідеєю Ф. де Соссюра розмежувати мову і мовлення). Під пародичністю тут розуміється форма, «макет, корсет жанру, тобто те, що з точки зору семіотики вкладається в межі мовного знаку». Під пародійністю розуміється функція, тобто «руйнування сталості мовного знаку, перетворення його на знак мовлення» [300].

Опозиція «пародичність – пародійність» Тинянова збагачує розуміння поезики і естетики жанру. Але не приводить до розуміння того, які цілі і завдання має пародія.

Не дають повного розуміння й визначення поняття «пародія». Хоча дефініцій багато, проте всі вони суттєво відрізняються.

Ось визначення пародії з найбільш розповсюджених джерел.

*Пародія* (від грец. *parodia* – переспів, протипіснь) – твір, що наслідує інший твір, автора чи течію з метою їх висміювання. Пародія полягає у «передражнюванні», перевертанні оригіналу, зведення його «високої», серйозної образної мови в низький, смішний план [301].

*Пародія* – літературний жанр; твір, автор якого відображає манеру письма іншого письменника або в комічних образах представляє ідейно-тематичний зміст його твору [302].

*Пародія* (грецьк. *parodia* – пісня навиворіт, переробка на смішний лад) – один з жанрів фольклору та художньої літератури, власне гумористичний чи сатиричний твір, в якому імітується творча манера письменника задля осміяння її як не відповідної новим мистецьким запитам [303].

Можна навести ще багато інших прикладів, але всі вони зайвий раз підтвердять загальну ситуацію – за поняттям «пародія» немає міцно закріпленого, чіткого і всеохоплюючого визначення. Деякі дефініції не відмежують цей жанр від інших жанрів або літературних прийомів, а, навпроти, розмивають границі. Наприклад, визначення пародії як твору, «автор якого відображає манеру іншого письменника» [302], входить в поле



такого поняття, як ремінісценція. А ремінісценція, як форма літературного наслідування, спрямована на зовсім інші цілі, ніж пародія.

Між тим, проблема міжжанрового розмежування актуальна не лише для літературознавства, а й для загального розуміння художньої та культурної комунікації.

Жанрове різноманіття художньої літератури, являючись підґрунтям її розвитку, забезпечує своєрідний міжжанровий обмін творчими методами, що проявляється у розмитості і відкритості границь між літературними видами, а також в тому, що багато творів поєднують в собі риси різних жанрів.

Втім, «зерно» кожного жанру має визначитись достатньо чітко. Це необхідно не стільки для чистоти наукових класифікацій (вони, як відомо, завжди умовні), скільки для більш повної актуалізації художнього твору – з розбиранням, що в творі обумовлено правилами жанру, а що треба розглядати, як творче новаторство автора; як і в чому проявляється природа цього жанру – в сюжеті, в системі образів, в стилі або в смислових навантаженнях.

Виходячи з цього, представляється важливим розмежування таких літературних жанрів, як пародія та епіграма.

Дослідження [304; 305] показують, що складність розмежування пародії та епіграми обумовлюється наявністю досить суттєвих спільних рис. І пародія, і епіграма, по-перше, неможливі без комічного ефекту, по-друге, мають забезпечувати впізнаваність об'єкту пародії або епіграми. Крім того, і в пародії, і в епіграмі досить висока роль суб'єктивної оцінки при зображенні персони, події або явища. Власне, саме суб'єктивність відношення до об'єкту і є головним мотивуючим фактором в цих жанрах.

Втім, саме об'єкт оцінки (або критики) слід вважати основною ознакою, яка відрізняє пародію від епіграми.

Об'єкт пародії – літературний твір або творчість в цілому якогось літератора.

Об'єктами ж епіграм частіш за все стають персоналії – відомі люди, в тому числі і літератори.

А такі ознаки, як форма, об'єм, наявність або відсутність пуанту, є, скоріш, творчими інструментами, які можуть змінюватися в залежності від задач, що вирішуються.

Тому, якщо основною розмежувальною ознакою пародії та епіграми визнати об'єкт критики, то за літературною пародією в якості об'єктів слід закріпити виключно літературні тексти, а за епіграмою залишити решту об'єктів – як персоналії, так і будь-які соціальні явища або події.

Таке розмежування дозволить більш чітко визначати цілі та завдання творів даних жанрів, не обмежуючі при цьому форми їх втілень і дозволяючи демонструвати багатство можливостей художнього слова у творчому переосмисленні дійсності та в художній комунікації.

Говорячи про цілі та завдання літературної пародії неможливо не відмітити, що всі існуючі визначення пародії починають таку її характеристику, як висміювання. Але ж чи можна висміювання вважати ключовою метою всіх пародій? І, взагалі, це мета чи засіб?

Розглянемо приклади.

Відомо, що Ф.М. Достоевський в своєму романі «Біси» спародіював «фенологічну» точність описів природи в прозі І.С. Тургенєва, його витончену нюансировку: «Тут непременно кругом растёт дрок (непременно дрок или какая-нибудь такая трава, о которой надобно справляться в ботанике). При этом на небе непременно какой-то фиолетовый оттенок, которого, конечно, никто никогда не примечал из смертных, то есть и все видели, но не умели применить, а «вот, дескать, я поглядел и описываю вам, дуракам, как самую обыкновенную вещь». Дерево, под которым уселась интересная пара, непременно какого-нибудь оранжевого цвета» [306].

Однак і сам Достоевський став об'єктом пародії. Марк Алданов у романі «Витоки» спародіював у переказі свого героя, ліберального професора, схильність Достоевського до парадоксальних трагічних і водночас фарсових ситуацій: «Вдруг к какой-нибудь этакой блуднице нагрянет в дом сразу человек тридцать и князь при тридцати непрощенных гостях сделает

предложение, а блудница тут же бросит в камин сто тысяч рублей и велит корыстолюбцу их вытащить и взять себе, а когда корыстолюбец откажется, подарит ему эти сто тысяч, а он их из гордости вернёт» [307].

При всьому комізмі наведених текстів, навряд чи можна охарактеризувати їх як просте висміювання. Тут, скоріш за все, проглядається творча полеміка, критика, що втілені у формі пародії. А це вже зовсім інший рівень сприйняття і пародії, і тексту, що пародіюється.

Іншими словами, пародія може суттєво загострити творчу дискусію, ставши доповненням до професійної, серйозної критики. Проте далеко не всі тексти потрапляють у поле зору «високої» критики. Та й не завжди є сенс «ламати списи», доводячи якісь очевидні речі. Засоби пародії в таких випадках можуть виявитись більш ефективними.

Наприклад, у поетеси Зої Жаржевської є такі рядки [308]:

Стихи – это глупость, бессмысленный бред.  
С другой стороны – игра, достойная шахмат.  
Никчёмная трата ночей, зим и лет,  
Но зато, если получится – все так и ахнут!  
Вот те – против, а вот те – за!  
Но знают те, кому магия стиха знакома, –  
Удачно зарифмованная Гипотеза  
Становится – Аксиомой.

Не будь Зоя Жаржевська переможницею поетичного конкурсу «Пушкін в Британії – 2005», серйозна критика тут взагалі була б недоречною. Але ж ім'я Пушкіна в назві заходу багатьох критиків збиває з пантелику, змушуючи відноситися до творчості учасників як до такої, що заслуговує і на увагу, і на конструктивний аналіз.

Так, можна довго та детально розбирати ці відверто слабкі римовані рядки, в яких і рима кульгає, і розмірність порушена (і жалкими виглядають виправдовування поетеси, яка натякає в цьому сенсі на Маяковського) [309]. Можна багато слів витратити на те, щоб довести, що й за змістом вірш безглуздий [310].

Проте можлива й інша реакція на цей твір – пародія. Наприклад, така [278, с. 66]:

*Как же тут не ахнуть!*

Ура! Ура! Ура!  
Теперь пришла пора  
Сказать, что каждый рифмоплёт  
Не что-то там, а Аксиомы создаёт!

Розуміючи пародію як інструмент критики, Дмитро Горос, наприклад, колекцію своїх пародій назвав «Вінегрет рецензій» [311], і «рецензує» таким чином всі нові твори, що потрапляють у поле його зору.

Втім, пародія далеко не завжди ставить своєю метою висміювання або критику. Цей жанр може переслідувати й інші, прямо протилежні, цілі. В тому числі – позитивну естетичну оцінку об'єкту. І така пародія може бути не менш смішною, ніж критична. Бо виразити своє захоплення творчістю якогонебудь автора можна не лише пафосно, але й весело.

Наприклад, Юрій Левітанський писав пародії головним чином на тих, кого вважав справжніми поетами. Він узяв старий дитячий віршик про зайчика («Раз, два, три, четыре, пять, вышел зайчик погулять...») і переказував його від імені різних своїх колег-ліриків. Скажімо, так [312]:

О ряд от единицы до пяти!  
Во мне ты вновь сомнения заронишь.  
Мой мальчик, мой царевич, мой зверёныш,  
Не доверяйся этому пути!

або ось так [313]:

Не в смысле каких деклараций,  
не пафоса ради, ей-ей,  
мне нравятся серые зайцы –  
те золушки наших полей.  
Мне праздника лучшего нету,  
чем видеть опять и опять –  
по этому белому свету  
тот заяц идёт погулять...

У першому випадку вгадується почерк Белли Ахмадуліної, у другому – Ярослава Смолякова. Пародист створив узагальнені комічні образи стилів поетів, але образи ці викликають не злий сміх, а добру усмішку. В цьому випадку, ймовірно, можна застосувати термінологію образотворчого мистецтва, подивившись на пародію, як на дружній шарж.

Виходить за рамки простого і «адресного» висміювання й пародія, яка будується на основі якогось відомого твору, але не спрямована проти цього твору. Йдеться по бурлеск та травестію. Яскравий приклад – багаточисленні переробки «Енеїди» Вергілія. Мало хто з пародистів (від Скаррона до Котляревського) ставили собі за мету посміятись саме над цим твором, але скористались його популярністю і широким розповсюдженням для розмови на інші, більш актуальні для них, теми.

Все це вказує на те, що пародія – явище більш складне, ніж прийнято вважати. Ймовірно, для більш точного визначення її форм, цілей та завдань слід було б повернутися до буквального перекладу слова «пародія» з грецької – переспів, протипісня. Тоді на пародію можна подивитись не як на наслідування з метою висміювання, а як на *альтернативне прочитання тексту, що пародіюється*.

Альтернативне читання тексту, що пародіюється, можна розглядати, як форму співтворчості. Це не критика, не опонування, а лише інший погляд на образи та сюжети, запропоновані автором первинного тексту. Юрій Левітанський, до речі, книгу своїх пародій назвав «Сюжет з варіантами». І до безперечних достоїнств цієї збірки слід віднести не лише віртуозне наслідування стилям різних поетів, а й вміння поміщати горезвісного зайчика в найрізноманітніші сюжети і декорації.

Власне, коли йдеться про тексти відомих поетів, то саме така форма пародії частіш за все і має місце. Наприклад, у Костянтина Батюшкова є рядки [314]:

Как ландыш под серпом убийственным жнеца  
Склоняет голову и вянет,  
Так я в болезни ждал безвременно конца,  
И думал: Парки час настанет.

Образ конвалії, підрізаної серпом женця, доволі драматичний і естетичний (особливо для поезії початку ХІХ століття), і навряд чи може стати об'єктом висміювання або критики. Проте цілком здатен породити альтернативний погляд (на початку ХХІ століття) на ситуацію [278, с. 59]:

Косили ландыши?  
Зачем?!  
Видать, тот жнец был пьян до безобразья.  
Или любил в труде разнообразье.

Тут, очевидно, слід говорити вже не про творчу дискусію, а про обігрування ситуації або образу в різних семантичних ключах, тобто, знову ж таки, про альтернативну актуалізацію первинного тексту.

Цей приклад служить гарною ілюстрацією до розмірковувань Драгана Куюнжича, якій відмічав, що пародія – це «акт «повторної переробки», який дозволяє нам віддавати шану минулому і належним чином хоронити це минуле, але при цьому оживляти його, знов пускати в обіг, заново використовувати» [315]. Звучить парадоксально. Однак, якщо йдеться про зв'язки між минулим і сьогоденням, про традицію, то зрозуміло, що зберегти її неможливо без повторення, а повторення її у новому культурному контексті не може не потягти за собою її трансформації: вона завжди буде актуалізуватись з привнесенням чогось нового. Мабуть, саме це мав на увазі Д. Куюнжич, коли писав, що пародія – це те, що «пов'язує нас із традицією («архаїсти») та забезпечує можливість народження нового літературного життя («новаторство») [315].

Більш того, це «нове літературне життя» спроможне суттєво розширити рамки художньої комунікації.

Пародію на вірш Костянтина Батюшкова не було обмежено наведеними вище рядками. Через майже рік, до цієї пародії з'явився коментар Олексія Філіппова [278, с. 59]:

А, может, просто собирал букет,  
Когда его застал с серпом поэт?

Оскільки коментар містив у собі не лише пропозицію, а й запитання, відповідь була такою:

Да уж, собирал цветы с размахом!  
Энтузиаст, конечно, что и говорит!  
Зато не кончится свиданье крахом:  
С большим букетом легче дам кадрить.

Ця відповідь спровокувала подальші розмірковування на завдану тему. Олексій Філіппов написав:

Конечно же, влюблён бывал не раз,  
От чувств, случалось, аж впадал в экстаз,  
Но о любви не думал он сейчас:  
Прислали на букеты выгодный заказ.

В силу того, що обидва учасники діалогу є ще й авторами детективних оповідань та романів, це листування не могло не набути відповідного характеру:

Тогда ещё вот версия, на пробу:  
В цветочном бизнесе трудились оба!  
Один серпом товар косил,  
Другой пиарил сей процесс по мере сил.

Важко сказати, чи буде цей сюжет мати продовження, але й цих текстів достатньо, щоб зробити висновок про те, що літературна пародія – частина складної соціокультурної комунікації, в якій взаємодіють не лише тексти, а й люди, і навіть епохи.

В цій взаємодії (художній, творчій, ментальній), власне, і проявляється основна функція культури – генерація і трансляція ідей, цінностей і смислів.

Літературна пародія, якщо розглядати її як форму творчої дискусії, як вид художньої критики, є досить ефективним і плодотворним способом комунікації між письменниками або поетами. Проте, якщо все ж таки говорити про систему художньої культури, то не менш активним учасником цієї комунікації має бути і читач. Адже пародія, які б цілі вона не переслідувала і яких би форм не набувала, в кінцевому результаті є твором, що призначений для широкого кола читачів.

Але наскільки активними учасниками цієї художньої комунікації є сучасні читачі? Наскільки повно і вірно їм вдається прочитати літературну пародію саме як пародію, а також актуалізувати її як культурний текст з певним смисловим кодуванням?

Літературна пародія – це, як правило, самостійний твір: оповідання, повість, вірш, сценка, гумореска тощо. І в ній же неявно присутній інший текст – той, котрий, власне, і став об'єктом пародії. Виявити цей інший текст – другий план пародії – буває дуже складно. Проте саме це і складає суть пародії: читач повинен весь час співвідносити обидва тексти. Якщо такого співвідношення немає, то пародію можна прийняти просто за смішний, а іноді безглуздий або навіть безпомічний текст.

Наприклад, пародія на творчість Інокентія Анненського виглядає досить простеньким, невігадливим віршиком, в якому автор демонструє бідність колористичного сприйняття світу («Це не поезія», – виніс вердикт один з критиків):

### **С соблазном пурпура**

Пурпурные рассветы,  
Пурпурные закаты...  
Пурпурные штiblеты,  
Пурпурные заплаты...  
Пурпурный свет опять  
Пурпурит мне зрачки...  
Может, стóбит снять  
Пурпурные очки?

Щоб цей вірш сприймався не просто як невдалий жарт, а як пародія, його необхідно співвіднести із багатьма (!) віршами Інокентія Анненського, серед яких:

Облака плывут так низко,  
Но в тумане всё нежней  
Пламя пурпурного диска  
Без лучей и без теней.

\*

Раззолочённые, но чахлые сады  
С соблазном пурпура на медленных недугах...

\*



Как тускло пурпурное пламя,  
Как мертвы жёлтые утра!

\*

И дети бледные Сомненья и Тревоги  
Идут к нему принять пурпуровые тоги...

та багато інших [316]. Тоді кольорова однобокість пародії, що викидається в око, з відвертої слабкості перетворюється на гострий стилістичний акцент на характерній рисі текстів, що пародіюються. І свідоме спрощення образного ряду також цілком відповідає жанровим ознакам пародії.

Більш того, цей – другий – план пародії може для читача суттєво розширитись, якщо він, читач, знає, що схильність до пурпуру у віршах – це не лише «хвороба» Інокентія Анненського, а й поетична мода багатьох поколінь.

Є пурпур і у віршах Тефі [270]:

Он ночью приплывёт на чёрных парусах,  
Серебряный корабль с пурпурною каймою.  
Но люди не поймут, что он приплыл за мною,  
И скажут: «Вот луна играет на волнах...»

Навіть Маяковський, сидячі в Бутирській тюрмі, віддав дань цій моді слабкими ще, безликими рядками [317]:

В золото, в пурпур леса одевались,  
Солнце играло на главах церквей.  
Ждал я: но в месяцах дни потерялись.  
Сотни томительных дней.

Сам Маяковський в своїй автобіографії згадував про ці вірші з іронією: «Ісписав такими цілий зошит. Спасибі наглядачам – на виході відібрали. А то б ще надрукував!»

Пародії, які торкаються творчості не якогось конкретно поета, а декількох, іноді дуже різних, авторів – не рідкість, і зайвий раз доводить, що цей жанр, як і вся література, прагне узагальнення. А це не лише корисно з точки зору критики, бо дозволяє виявляти тенденції і «моду» в літературі, а й суттєво розширює коло соціокультурної комунікації, втягуючи в нього додаткових учасників.

Наведені приклади доводять, що для сприйняття пародії необхідне попереднє знання. Інакше другий план пародії не буде прочитаним, і, відповідно, читач не вийде і на третій план – співвідношення першого і другого планів.

Це відноситься не лише до пародій, які виступають в якості самостійних творів, а й до пародій, які вписані в тексти у вигляді алюзій.

Наприклад, коли Микола Гоголь в «Повісті про те, як посварились Іван Іванович з Іваном Нікіфоровичем» повідомляє, що голова Івана Івановича нагадує редьку хвостом вниз, а голова Івана Нікіфоровича – редьку хвостом вверх, то більшість читачів сприймає це лише як смішні штрихи до портретів миргородських поміщиків. І тільки ті читачі, які знайомі із працями Плутарха, і знають його манеру розповідати відразу про двох історичних персон, порівнюючи їх та протиставляючи, здатні вловити в повісті Гоголя пародійні нотки.

Все це вказує на те, що літературна пародія виступає не просто як жанр комічний, а й інтелектуальний. Саме тому пародії, навіть найбільш веселі з них, читати важко: тут потрібна певна ерудиція, читацька культура.

Можна наводити ще багато прикладів, і всі вони будуть вказувати на ті чи інші складності, що пов'язані з виходом на третій план пародії. Однак треба зауважити, що в останні часи ці складності суттєво посилились. Причини цього відомі і давно в соціокультурному дискурсі обговорюються: по-перше, масовий читач стає все менш масовим, і, по-друге, читач, котрий все ще залишається таким, фізично не в змозі охопити весь об'єм літератури, що існує і продовжує виходити в світ. Тому читач, стикаючись з черговою новою пародією, не завжди й не відразу може «впізнати» об'єкт пародіювання.

Гоголь, описуючі своїх Івана Івановича та Івана Нікіфоровича, певно розраховував на те, що його натяк на Плутарха буде без труда впізнаний.

Іноді, правда, поети-пародисти допомагали читачеві з визначенням об'єкту пародії, прямо вказуючи його в заголовку або підзаголовку. Однак в цілому це не дуже міняло справу, бо

в ті часи не було Інтернету, і читачі цих пародій не могли умиць ознайомитись з текстами вказаних об'єктів пародій. Передбачалось, що вони з ними вже знайомі.

Тепер же поетам-пародистам приходится з початку знайомити читачів з об'єктом пародії, і лише потім представляти саму пародію.

Це призвело до того, що при публікації пародій в друкованих виданнях надійно закріпилася практика оформлювати тексти, що пародіюються, так, як зазвичай оформлюється епіграф або буколіка. Прикладом тому можуть служити збірки віршів одеських поетів – Олександра Становського «Енциклопедія душі» [318] і Володимира Гураля «Что-то с чем-то» [319].

Це зайвий раз доводить, що поети-пародисти не збираються обмежувати коло своїх читачів виключно колегами по цеху та критиками, і не уявляють собі художню комунікацію без масового читача.

Масовий читач, і особливо – масовий глядач стає все «більш масовим» в умовах сучасної культури. Побутування окремих галузей масової культури характеризується зростаючим прагненням до театралізації.

В цьому сенсі одним з показових продуктів масової культури є реклама товарів і послуг. Мабуть, саме тут найбільш «театрально» проявляється тенденція до формування суспільства споживання. Це підмітив ще Гі Дебор у своїй книзі «Суспільство спектаклю» [116]. Виокремлюючи характерні риси сучасного суспільства, він, зокрема, вказує на те, що люди грають свої соціальні ролі через речі, які споживають.

А підштовхує їх до цього – реклама.

Одним з інструментів цього «підштовхування» є тексти рекламних повідомлень. Часто ці тексти римуються, що ще більше посилює театральну складову реклами.

Дуже показовою в цьому плані є реклама лікарського засобу від болю у спині. В рекламному ролику (2018) показано звичайну жінку, яка виконує звичайні побутові справи. Але кожна з цих справ супроводжується коментарем, який змушує сприймати ці щоденні турботи, як виконання певних ролей.

Наприклад, порпання на власній присадибній ділянці подається як роль ландшафтного дизайнера, приготування торта до дня народження когось з родини – як роль організатора святкових заходів.

Тобто ця реклама не лише на телевізійному екрані створює театралізований простір, а й нагадує, що і все наше життя є театром. І вся ця творча активність стає можливою завдяки гелю, що позбавляє від болю у спині. «Під занавіс» цієї театралізованої «вистави» звучить сповнений оптимізму римований слоган: «Нові ролі замість болю».

Так чи інакше, але для описання і осмислення цього феномену дослідники користуються театральною термінологією. Наприклад, вважається, що рима поза поезією – результат мовної гри [320].

В рекламних текстах рима частіш за все зустрічається в слоганах. Але іноді драматургія значно розширюється. І тоді на світ з'являються хай і далекі від високої поезії, але досить привабливі тексти. Принаймні, так було на зорі рекламних практик, коли торговці намагались звернути увагу покупців невігадливими римованими закличками [321].

Усна римована реклама існує і в сучасному комунікативному просторі.

Інша справа, що, ставши професійною, вона почала значно програвати самодіяльній, фольклорній.

Скільки б вчені не намагались розділити тексти на поетичні і просто римовані [322], скільки б не старались виправдати примітивність сучасних текстів тим, що створюються вони в несприятливих умовах обмеженого спектру механізмів впливу на аудиторію [321], люди звикли до того, що рима накладає певні обов'язки. Римований текст може бути не дуже змістовим, не відповідати високому стилю, але він не має бути банальним, позбавленим смаку.

І чим більше у сучасній рекламі таких текстів, тим частіш вони стають об'єктами для глузування. В тому числі – і у вигляді літературних пародій.

Прикладом може служити реакція на рекламу Red Bull. Потенційних покупців цього енергетичного напою в 2015 році намагались привабити рекламним роликком з таким текстом:

Юнак всьому наперекір  
Писати хоче як Шекспір.  
Зайшла затія в глухий кут,  
Підійде Гете і все тут.  
Сильніше Фауста страждання,  
Хемінгуей, на тебе сподівання...  
Дружина твердо каже: «Досить!»  
Коханому Red Bull приносить.  
Так, після пошуків, зусиль,  
Знайшов письменник власний стиль.

Текст, як бачимо, «сирий», рваний, без відеоряду не зовсім зрозумілий. Проте не літературні огріхи роблять його помітним, а те, що рекламує він енергетичний напій. Цільова аудиторія тут – молодь («Юнак всьому наперекір...»). А це дозволяє даній рекламний ролик віднести до явищ соціального характеру. І в цьому сенсі важно утриматись від того, щоб не надати йому оцінки. У вигляді пародії [278, с. 76]:

Чи є кордони мудрості жіночій,  
Яка протистоїть фатальності?  
Гидотою залити чоловіку очі,  
Щоб впевнити його у геніальності!

Рекламний текст і пародія на нього – це вже не просто «театр» життя, а «театр» зі зворотним зв'язком. Тут глядач стає критиком. Причому критиком одночасно і рекламного тексту, і товару, що рекламується.

Такі приклади доводять, що літературна пародія, як форма «імерсивного театру» повсякденності, може задавати творчий характер соціокультурній комунікації.

Якщо говорити про здатність художньої комунікації виходити за межі власне текстів, у простір соціальних комунікацій та відносин, то літературні пародії можна розглядати і в гендерному аспекті, який передбачає розподіл соціальних ролей та статусів, характерних для «театру» життя.

За всю історію людства питання про розподіл соціальних ролей між чоловіками та жінками поставало неодноразово. Дискусія то розпалюється, то затухає, що завжди співвідноситься з певним станом суспільства (культурним, морально-етичним, економічним тощо) і з тим, яким воно бачить себе у майбутньому.

Не залишаються осторонь від цієї громадської дискусії й письменники та поети. Творів мистецтва, які так чи інакше торкаються теми взаємовідносин жінок та чоловіків в рамках соціального «театру», написано багато.

Пародій на них – трохи менше.

Проте в даному випадку цікаві саме пародії, бо вони, в силу виявленої властивості – надавати нових інтерпретацій або альтернативного розвитку первинного тексту, – здатні задавати і нові напрямки суспільної дискусії.

В цьому аспекті вельми показовими є пародії на уривок з поеми М. Некрасова «Мороз-Красный нос», який іноді сприймають, як окремий вірш під назвою «Есть женщины в русских селеньях».

Пародій на цей вірш існує велика кількість (лише по запиту в Google їх знаходиться не менше з півсотні), що вказує на особливе місце в літературі і самого твору, і пародій на нього. А в контексті соціокультурних комунікацій їх можна розглядати як певного роду феномен.

До того ж ці пародії зайвий раз доводять, що пародії не завжди пишуться з метою висміювання недоліків тексту. Тут висміювати нема чого. «Есть женщины в русских селеньях» – талановитий вірш, один з найбільш піднесених портретів руської жінки-селянки. І саме це привертає увагу пародистів – через пародію (більшість з яких значно поступаються в майстерності та талановитості оригіналу) здобути відчуття причетності до скарбу світової літератури. І заодно – запропонувати свій погляд на соціальну проблематику, що висвітлюється.

Зазвичай, пародисти актуалізують не весь уривок, а лише деякі рядки з нього:

Есть женщины в русских селеньях  
С спокойною важностью лиц,  
С красивою силой в движеньях,  
С походкой, со взглядом царц...

...  
В игре её конный не словит,  
В беде – не сробеет, – спасёт;  
Коня на скаку остановит,  
В горящую избу войдёт!

Найбільш відомою ї, мабуть, найбільш вдалою пародією можна назвати рядки Наума Коржавіна [323]:

...Столетье промчалось. И снова,  
Как в тот незапамятный год –  
Коня на скаку остановит,  
В горящую избу войдёт.  
Ей жить бы хотелось иначе,  
Носить драгоценный наряд...  
Но кони – всё скачут и скачут.  
А избы – горят и горят.

Ця пародія виходить за межі суто художньої комунікації, піднімаючи дискусію на історичний, соціально-філософський рівень. Наум Коржавін переміщує некрасівську героїню в новий соціокультурний контекст, який за сто років кардинально змінився.

Чи то лише здається, що змінився?

Одне лише це запитання здатне спровокувати масштабну й складну дискусію, яка лише гендерним аспектом навряд чи обмежиться.

Інші пародії не такі глибокі й серйозні. Проте і в них читаються спроби «програти» ситуацію в нових соціальних умовах [324]:

Их, правда, осталось немного.  
Заела рутина и быт!  
Не дешев стал крем от ожогов  
И мазь от ушибов копыт.

Існують і такі пародії, які змушують згадати, що поряд із жінками знаходяться чоловіки. І це – ще один бік даної дискусії. Ігор Губерман бачить це так [325]:

Он даму держал на коленях,  
И тяжело дышалось ему.  
Есть женщины в русских селеньях –  
Не по плечу одному.

Не зовсім лестивою для чоловіків бачиться ситуація і Юрію Іванову [326]:

...Я б памятник бабам поставил,  
Я им бы роман посвятил,  
В поэме их подвиг прославил –  
На большее нет моих сил.

Якщо ж піднятися до рівня міжкультурного діалогу, що в наші дні стає актуальною необхідністю, то можна запропонувати й таку пародію:

І в українських селах є чарівні жінки,  
Красуні, ягідки-шипшинки.  
Але коней вони не зупиняють:  
Нехай тваринки по степах гуляють!  
Бо там трава зелена, соковита,  
І простору багато, щоб розім'ять копита.  
Такі у нас жінки – розумні і кмітливі,  
Щодо роботи зайвої – дуже жартівливі.

Ця пародія показує, що в славетних рядках Некрасова можна знайти привід не лише для гострот, а й для доброго жарту.

В цілому ж, всі наведені приклади доводять, що пародія, як форма творчого осмислення творів мистецтва та соціальної реальності, здатна виводити суспільну дискусію на різні рівні: від гендерної проблематики до міжкультурного діалогу.

Отже, підсумовуючі все сказане, для виявлення місця і ролі літературної пародії в художній комунікації (як специфічної форми соціокультурної комунікації) пропонується схема (рис. 6).



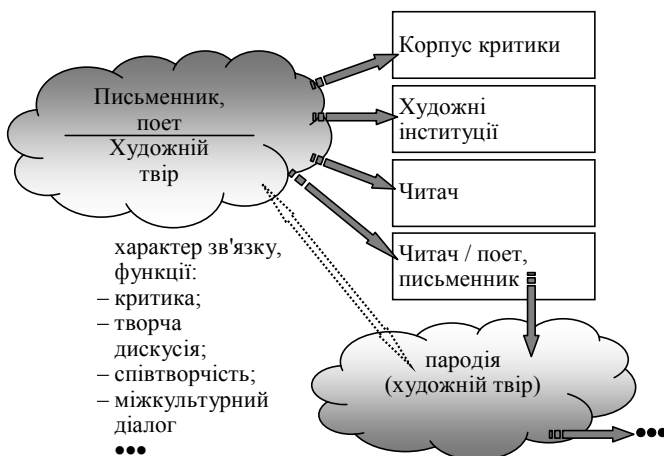


Рис. 6. Літературна пародія в системі художньої комунікації

В схемі відображено основні елементи системи художньої комунікації і зв'язки між ними. Літературна пародія представлена тут в якості підсистеми.

Характер зв'язків між художнім твором і пародією на нього обумовлені виявленими функціями пародії:

- критика;
- творча дискусія;
- співтворчість;
- міжкультурний діалог.

Зрозуміло, що цю схему неможна назвати повною, бо не всі функції літературної пародії ще досліджені, не всі аспекти її актуалізації враховані. Крім того, схему можна фрактально продовжити, якщо врахувати, що пародія – це теж художній твір, і у нього теж може бути читач, і цей читач може виявитися поетом, якому захочеться свою реакцію на цей твір представити у вигляді пародії... І її теж хтось прочитає... Врахувати кількість і характер всіх можливих тут елементів і зв'язків дуже складно.

Тому представлену схему слід розглядати не як результат досліджень, а, скоріш, як заявку на можливий підхід в дослідженнях такого складного і багатогранного явища, як літературна пародія, в контексті ще більш складного явища – соціокультурної комунікації.

Ще одна група текстів, здатних активувати комунікацію поза межами власне тексту, – художні твори з елементами наукової містифікації.

### **4.3. «Театр» наукових містифікацій**

В процесі історичного розвитку наука стала важливою соціальною, гуманітарною інституцією, яка суттєво впливає на всі сфери життя суспільства та культуру. Це обумовлює певну відповідальність науки перед суспільством. Тому рефлексія щодо достовірності наукового знання, правильності висновків та прогнозів завжди є актуальною проблематикою для філософії науки. Зазвичай ця проблематика актуалізується через питання про об'єктивність наукового знання, дискусія про яку по відношенню до класичної науки призвела до змін та доповнень її фундаментальних принципів в некласичній та постнекласичній картинах світу.

Проте, окрім цього – гносеологічного – аспекту проблеми, існує ще й такий, як фальсифікації наукових результатів та містифікації з науковим ухилом [327; 328].

Іноді наукові містифікації сягають таких масштабів, що починають суттєво впливати не лише на сприйняття реальності, а й на деякі соціальні відносини та комунікації.

Одним із підходів до осмислення цього феномену може стати погляд на нього крізь призму концепції театральності буття.

Під містифікаціями з науковим ухилом, або науковими містифікаціями, зазвичай розуміють замаскований під наукові теорії обман, фальсифікацію наукових досліджень, публікації

вигаданих «сенсаційних» відкриттів, використання фіктивних експертів тощо.

Звісно ж, містифікації, як форма обману, – явище не зовсім приємне. Вони збивають з пантелику дослідників, привносять плутанину в історію культурного розвитку людства тощо. Тому дуже важливим є викриття будь-якої наукової містифікації. І тому кожне викриття наукової містифікації стає не менш сенсаційним, ніж свого часу сама містифікація.

Поєднання цих двох процесів – містифікації та її викриття – наближає їх до літературних творів та театральних п'єс із сюжетами, побудованими на авантюрах, обмані, шахрайстві. В таких п'єсах фінал з викриттям обману є не менш яскравим та вражаючим, ніж самі хитромудрі «комбінації» обманщиків.

Щодо містифікацій в художній літературі, то слід розрізняти містифікації в межах тексту твору і фальсифікації власне творів. Такі містифікації суттєво відрізняються від наукових: в них викриття є запланованою метою.

Літературні містифікації для того, власне, і створюються, щоб у разі успіху автор зміг би скинути маску псевдоніму і особисто насолодитись славою. Це таке собі поєднання класичного театру масок із балом-маскарадом, наприкінці якого актори/учасники знімають маски, показуючи свої справжні обличчя і отримуючи оплески за гарну гру.

Так було із Макферсоном, книги якого – «Пісні Оссіану» та «Фінгал» – видавалися за переклади легендарних шотландських саг, і заслужили високу оцінку самого Гете [329, с. 133 – 157]. Так було й з Черубіною де Габріак, таємничою іспанською поетесою, яка на перевірку виявилася скромною російською вчителькою Дмитрієвою, що писала під диктовку Максиміліана Волошина [330, с. 159 – 176]. Так було і з французьким письменником Романом Кацевим, який, виступаючи під двома різними псевдонімами (Ромен Гарі та Еміль Ажар) примудрився отримати дві Гонкурівські премії. Історія літератури налічує ще багато подібних прикладів.

Ситуація з містифікаціями наукового (або науковоподібного) характеру дещо інша. Вони створюються не для того, щоб їх викривали. Тут часто йдеться про гроші (іноді чималі), про інтереси, далекі від науки (достатньо згадати хоча б аферу Елізабет Холмс, якій вдалося під неіснуючий проект «революційної» технології аналізу крові залучити інвестицій майже на 400 мільйонів доларів).

І все ж такі історія містифікацій – це завжди історія викриттів. І саме це допомагає оцінити важливість цього «театру». Бо завдяки чому містифікації викриваються? Мабуть, завдяки тому, що якою б вдалою та гарно продуманою не була б містифікація, вона все одно дає привід для сумнівів. А сумніви, як правило, породжують запитання. А запитання потребують відповідей. Таким чином активуються пошуки доказів, аргументів, додаткових фактів тощо. Іншими словами, містифікації стимулюють наукові дослідження, провокують наукову дискусію [328].

Більш того, іноді добротна, науково правдоподібна містифікація може надати поштовх для виникнення нової форми творчості. Наприклад, такого жанру в художній літературі, як наукова фантастика.

Поштовхом для цього стали дві літературні містифікації, які з'явилися в американській періодиці літом 1835 року. В червневому номері журналу “Southern Literary Messenger” був надрукований розказ Едгара По «Ганс Пфааль», який вважається одним з перших творів наукової фантастики. У серпні газета “New York Sun” розпочала публікацію із продовженням статті «Великі астрономічні відкриття, які нещодавно зроблені сером Джоном Гершелем на місі Доброї Надії» [331, с. 73]. Якщо «Ганс Пфааль», в якому йшлося про мандрівку на Місяць на повітряній кулі, був написаний в іронічній манері, то «Великі відкриття» – це серйозна стаття про наукові відкриття, які нібито були зроблені за допомогою новітнього гігантського «гідрокісневого» телескопу. «Відкрив» Джон Гершель не що інше, як життя, та навіть розум, на Місяці. Недивно, що ця стаття набула популярності, а накладі газети зросли, як ніколи.

Автором цього матеріалу значився такий собі доктор Ендрю Грант. «Супутник та особистий секретар сера Джона Гершеля» – персонаж, такий же вигаданий, як і місячні бізони, двоногі бобри та інші мешканці Місяця, котрих він описував. Справжній автор публікації – Річард Адамс Локк, репортер з кембриджською освітою, який працював тоді в “Sun”. І хоча його стаття не відрізнялась особливою художністю, але була настільки переконливо науковоподібною, що читачі беззаперечно повірили в її правдивість.

Едгар По, аналізуючи таку вражаючу легковірність читачів, зізнався: «Одразу ж після «Місячної історії» ... я написав критичний огляд фактів, які пропонувалося приймати на віру, показав їх явно вигаданий характер, але із здивуванням виявив, як мало в мене слухачів, настільки всі хотіли бути обдуреними...» [331, с. 73].

Втім, це не просто бажання «бути обдуреними». В даному випадку за цим стоїть тверда віра у могутність науки, віра, яка почала формуватись в епоху Просвітництва, а ХІХ століття продемонструвало стільки дивовижних відкриттів та винаходів, що люди готові були вірити навіть у неймовірне, якщо воно хоч якось було пов'язане із наукою та технікою.

На хвилі успіху, який супроводжував «Місячні відкриття», Едгар По та Річард Локк ще не раз намагалися містифікувати публіку. Заснувавши рік потому власну газету “New Era”, Локк почав друкувати записки мандрівника Мунго Парка, які той вів у Африці, але в цю містифікацію ніхто не повірив. В 1840 році Едгар По також зробив щось подібне, розмістивши у “Burton’s Gentleman’s Magazine” «справжній» «Журнал Джуліуса Родмена», мандрівника, «який першим з цивілізованих людей перетнув Скелясті гори». Теж без успіху. Наступною спробою Локка привернути увагу громадськості була книга, в якій магнетизм трактувався як основна рушійна сила у Всесвіті. Книга, дійсно, привернула увагу: питання обговорювалося навіть у конгресі. Але критична стаття в “Army and Navy Chronicle” швидко поклала край і цій витівці.

І якщо Локк на цьому заспокоївся, то Едгар По та багато їх послідовників лише починали «звикати до смаку». Один за одним виходили з друку нариси Едгара По («Месмеричне одкровення», «Факти про випадок мсьє Вальдемара», «Фон Кемпелен та його відкриття»), романи Жюль Верна та ін.

Поступово читачі і письменники мов договорилися, що одні будуть фантазувати, ні в чому себе не обмежуючи, але при цьому прагнучи правдоподібності, а інші робитиме вигляд, що їм вірять, із задоволенням занурюючись у вигадані обставини та світи.

Чи не те саме відбувається у театрі?

Так чи інакше, але розуміємо, що саме містифікації з науковим ухилом сприяли появі наукової фантастики, яка на сьогодні демонструє вражаюче жанрове різноманіття, націлене як на мрії про майбутнє, так і на аналіз минулого (альтернативна історія, наприклад). Наукова фантастика, на відміну від містифікацій, не потребує безоглядної віри; в неї інші цілі – будоражити увагу, допомагати люду дивитись на себе з іншого боку, попереджати, загострювати цікавість до проблем науки.

Пробудження інтересу до науки – ще одна культурна функція містифікацій і фальсифікацій з науковим ухилом. Адже такі містифікації вкрай рідко влаштовують вчені. Переважно цим займаються далекі від науки люди. Це, безумовно, люди з гарною освітою, які непогано розбираються у питанні, яке фальсифікують, талановиті, креативні, артистичні, але вони – не спеціалісти. Викривають же їх махінації спеціалісти. При цьому фахівцям доводиться працювати, скажімо так, на чужому полі, а для цього вони змушені користуватись мовою, доступною для розуміння широким масам. Все це «працює» на популяризацію науки. Тобто активується та сфера діяльності науковців, котра в останні роки занепадає. В багатьох галузях науки вчені відгородились від широких мас, виправдовуючись тим, що займатись популяризацією науки важко, клопітно, нема кому та й нема для кого [332].

Проте кожна містифікація, як та, що вже гарно «прижилося» («Велесова книга», наприклад), так і нова, неодмінно

виводить наукову дискусію із кабінетів та лабораторій на простори Інтернету, друкованих ЗМІ, телеэфірів тощо.

Більш того, мало яке наукове відкриття має таку дивну закономірність, яка проявляється по відношенню до містифікацій та фальсифікацій: із завидною постійністю, періодично (раз на десять-двадцять років), вигадки, які давно викриті наукою, знов охоплюють суспільну думку – про них пишуть газети і журнали, розповідають з екранів телевізорів. Так, наприклад, відбувається із «загадкою кришталевих черепів», черговий інтерес до якої був спровокований кінострічкою «Індіана Джонс і царство Кришталевого Черепу», те ж саме спостерігається і з «Туринською плащаницею», цікавість до якої підігривається періодичними її показами для загалу (останні покази проводились у 1978, 1998, 2000 роках) та черговими викриттями [333].

Ажіотажна цікавість публіки до такого роду «таємниць» та «загадок» оживляє не лише медійний простір, а й наукові дослідження в цих або суміжних галузях.

Зрозуміло, що все це не говорить про те, що містифікації та фальсифікації з науковим ухилом треба зустрічати із радістю та ентузіазмом. Але розглядати їх в якості об'єкта для соціально-філософських досліджень – можливо і актуально.

У будь-якому випадку, сам факт наявності суперечок, в яких неможливо остаточно поставити крапку – оригінал чи підробка, – потребує осмислення. Це як п'єса або спектакль з неоднозначним кінцем, який змушує глядачів/читачів ще довго шукати відповідь.

До містифікацій з науковим ухилом можна, мабуть, віднести і рекламу споживчих товарів та послуг. Досить часто автори рекламних відеороликів надають їм наукоподібності. З екранів телевізорів «вчені», «лікарі», «доктори» жваво рекламують ліки, зубні пасти, косметичні засоби і таке інше на фоні графіків, схем, формул, молекулярних структур, ефективного лабораторного обладнання.

Експлуатуючи довіру людей до науки, така реклама іноді дискредитує науку, наукове знання. Подаючи «наукові» до-

слідження як художню метафору, автори рекламних роликів фальсифікують факти та методи наукового дослідження, вводячи в оману глядачів, викривляючи їх сприйняття реальності.

Довгий час, наприклад, по телебаченню йшов ролик, в якому рекламувалась питна вода текстом про її природну структуру і зображенням спіралі ДНК. В рекламі зубної пасти іноді зустрічаються зображення зубів із чотирма коренями. В деяких рекламних роликах можна побачити «наукові експерименти» по впливу косметичного засобу на шкіру людини, де «роль» цієї шкіри «грають» пелюстки квітів. Звісно ж, це красиво, але до справжнього наукового експерименту не має жодного відношення.

Проблема тут полягає в тому, що викривати помилки в таких рекламних роликах нібито й немає сенсу, коли і так всім зрозуміло, що це – гра, вистава, в якій все не по-справжньому. Але ж реклама має «продавати» справжній товар. Тому бодай щось в ній має бути справжнім. Що саме? Якщо в справжність «вченого» із зовнішністю кінозірки в білому халаті повірити важко (особливо, коли в іншому ролику його бачили в ролі директору банку), залишається повірити в ті графіки, схеми, комп'ютерні моделі, які він використовує в якості аргументів на користь товару, що рекламує. Тобто залишається повірити в результат (і наукову обґрунтованість) «експерименту», який так красиво «доводить» переваги гелю для душу перед рештою таких же гелів.

Таким чином, реклама, створюючи паралельну реальність, створює і власну «науку», яка в ній існує. Відчуття театральності цього видовища саме і змушує людей одночасно вірити і не вірити тому, що вони бачать (адже в театрі, незважаючи на бутафорію, маски, вигадані сюжети і персонажі, щось змушує глядачів сміятись і плакати, співчуваючі персонажам). Враховуючи, що сучасній людині стає все важче відрізнити справжню реальність від безлічі віртуальних, слід очікувати, що і «рекламну науку» вона буде плутати із реальною.

Втім, цей феномен потребує більш детальних досліджень і філософського осмислення в різних аспектах.



Як вже відмічалось, науковці вкрай рідко вдаються до містифікацій. Проте в останні роки ситуація дещо змінилась: час від часу у наукових журналах з'являються фейкові публікації, які згодом самі ж їх автори і викривають. Це відбувається в рамках боротьби науковців із так званими «хижацькими журналами» (*predatory journals*).

Такі журнали, хоч і здаються серйозними (заявляють про рецензування, надають солідні списки членів редакційної ради і т.д.), готові опублікувати будь-яку статтю за кошти автора. Така практика підриває авторитет науки, викликає недовіру до наукових видань, як до засобів оприлюднення результатів наукових досліджень та майданчиків для професійної наукової дискусії.

З метою викриття таких недобросовісних журналів вчені іноді подають до публікації відверто абсурдні статті, або створюють вигаданих науковців.

Наприклад, у 2015 році четверо польських вчених «створили» неіснуючого науковця – Анну О. Шуст (польськ. *Oszust* – шахрай). Від її імені вони подали заявку на посаду редактора в 360 наукових журналів. Кваліфікація пані Шуст була туманною, вона не опублікувала жодної власної статті, не мала досвіду редакторської праці. Всі монографії, які були вказані в її резюме, були вигаданими. Однак, 40 журналів дали згоду прийняти пані Шуст на роботу без будь-якої перевірки.

Масштабний проект з викриття «хижацьких журналів» здійснив штатний співробітник журналу “*Science*” Джон Боннон, який написав та розіслав у 304 журнали статтю-розіграш про лишайник, який нібито мав властивості інгібітору росту пухлинних клітин. Майже половина журналів прийняли її до публікації. Деякі з цих журналів були із відомого списку Джеффри Білла (*Beall's list of predatory journals and publishers*), який він складає, починаючи з 2010 року.

У 2018 році набув широкого розголосу експеримент групи ентузіастів, яким вдалося опублікувати в наукових журналах (“*ARC Journal of Pharmaceutical Sciences*” та “*Journal of Pharmacy and Biological Sciences*”) статтю про нові методи бо-

ротьби із міжгалактичними паразитами, яка базувалась на мультсеріалі «Рік і Морті».

Таких містифікацій-викриттів стає дедалі більше, що дає підстави розглядати їх як своєрідну форму соціального протесту. Протесту проти безвідповідальних, недобросовісних видавців та породженої ними моделі наукової видавничої діяльності.

Це, до речі, відповідає сучасній тенденції, коли деякі соціальні протести набувають рис перформансу, маскараду та інших проявів театральності [334; 335].

Таким чином, розгляд містифікацій з науковим ухилом показав різноманіття форм, яких вони набувають, і цілей, для яких створюються. При цьому такі містифікації майже завжди набувають рис театральності.

Схожості наукових містифікацій із театром надають такі ознаки, як:

- використання псевдонімів та вигаданих авторів (що нагадує використання масок у деяких видах театру);
- обов'язкове їх викриття (що є притаманним драматургії п'єс із сюжетом авантюрного характеру);
- усвідомлення «публікою» одночасно їх справжності та несправжності (як у будь-якій театральній виставі);
- посилення перформативної складової у наукових містифікаціях як форми соціального протесту науковців.

Аналіз «театру» наукових містифікацій показує, що цей феномен не є однозначно негативним. Бо наукові містифікації, хоч і деформують уявлення про дійсний стан науки, але, водночас, активують наукову дискусію, тобто створюють умови для діалогу в «театрі» наукової (або навколо наукової) діяльності. Така комунікація може відбуватись на різних рівнях: між містифікаторами та вченими, які викривають їх містифікації; між вченими різних наукових шкіл; між наукою та іншими формами пізнання (релігією, мистецтвом). Крім того, виникає комунікація між наукою та суспільством, що сприяє популяризації науки та окремих (найбільш актуальних) її напрямків.

#### 4.4. Народні прислів'я як культурні тексти/сценарії з онтологічно-аксіологічним підґрунтям в «театрі» буття

Особливе місце в «театрі» життя посідають фольклорні тексти, завдяки яким відбувається комунікація не лише між людьми в одному просторі і часі, а ще й між поколіннями. Проходячи крізь століття, вони доносять до нащадків мудрості (знання та цінності) пращурів, яка сформувалась в результаті осмислення життєвого досвіду.

В широкому сенсі фольклор – це не лише мистецтво слова, а й складова частина народного життя та світогляду. Тому він, як культурна спадщина, є актуальним й досі: і як джерело фактичного матеріалу для культурологічних досліджень [215; 224], і як соціокультурні практики, і як специфічна форма осмислення дійсності.

Первісна людина все своє життя витратила на працю або підготовку до неї. І по мірі того, як у людини накопичувався значний досвід, який необхідно було передати наступним поколінням, збільшувалась роль мовної інформації. Адже саме слово могло найбільш успішно повідомити не лише про те, що відбувається *тут і зараз*, а й про те, що трапилось або трапиться *десь, колись*.

В найбільш лаконічному, концентрованому вигляді ця інформація оформилася у прислів'я.

Вони є відображенням народної мудрості, що накопичувалася століттями, досвіду десятків поколінь. Їм притаманна афористична стислість і точність суджень про різні сторони людського буття. Недарма вони стали цінним матеріалом для досліджень не лише в галузі філології, а й в етнографії, культурології, соціальній філософії.

Частіш за все, прислів'я має двоякий смисл: прямий і переносний. В. Даль відмічав, що «прислів'я – це коротка притча». Конкретне явище набуває в ньому узагальнюючий

смысл, а окремий факт застосовується до загального явища. «Що посієш, те й пожнеш», – кажуть здавна, маючи на увазі не лише якість посіву, а й результат будь-якої справи, вчинку.

Наші предки завжди розуміли важливу роль спілкування у налагодженні колективних дій, співпраці, добросусідських відносин. Ці знання вони зафіксували у прислів'ях [54; 336].

Сьогодні, в світлі уявлень про психологію та соціальну практику спілкування (міжособистісного, професійного, міжкультурного), ці прислів'я [337] можна поділити за основними аспектами спілкування: перцептивним, комунікативним, інтерактивним, міжкультурним.

Якщо під *перцептивним аспектом* розуміти сприйняття учасників спілкування один одним, їхні перші враження від знайомства, то цей аспект знаходимо у такому прислів'ї:

– по одягу зустрічають, по розуму проводжають.

В практиці ділового спілкування часто первинна перцепція ґрунтується на попередньому зборі інформації про співрозмовника (рекомендації, відгуки, чутки, плітки). Тому люди, які прагнуть серйозної, довгострокової праці, цінують репутацію. Бо саме вона сприяє формуванню феномену «ореолу», котрий полягає у тому, що на сприйняття людини впливає авторитет партнера або, навпаки, компрометуючі плітки про нього. Причому тут немає «строку давнини»: навіть якщо чутки про людину (або компанію) склалися давно, і на момент зустрічі вона кардинально змінилася, «ореол» (позитивний чи негативний) витає над нею ще дуже довго.

Тому про формування і збереження позитивної репутації необхідно думати на самому початку, про що попереджують й прислів'я:

- добре ім'я – краще багатство;
- яка трава, таке й сіно;
- з брудної води ще ніхто чистим не виходив.

Зрозуміло, що негативний «ореол», упереджене ставлення, суттєво заважають спілкуванню, не дозволяючи спів-

розмовникам скласти об'єктивне уявлення один про одного. Подолання цього бар'єру потребує від них додаткових зусиль, щоб, нарешті, з'ясувалося, що

– не такий страшний чорт, як його малюють.

*Комунікативний аспект* спілкування передбачає не лише передачу інформації, а й іноді зміну ситуації, поведінки партнера/підлеглого (функція керування). Певною мірою це відображається у прислів'ях:

– коня керують уздами, а людину – словами;

– лагідні слова роблять приятелів, а гострі слова – ворогів.

Тут, до речі, важливі не лише самі слова, а й те, як вони говоряться: з яким емоційним забарвленням, з якими інтонаціями, на що робляться акценти і таке подібне. Тобто в процесі комунікації важливим є і такий чинник, як артистизм.

Тут медіальний аспект комунікації поєднується із перцептивним і перформативним. В теорії соціальних комунікацій це поєднання дозволяє приділяти увагу вже не стільки функціональній специфіці мови та її одиниць, скільки аналізу мовних актів як мовних творів можливої реалізації дій їх носіїв/акторів.

Серед вітчизняних дослідників на перцептивний аспект передачі інформації за допомогою формування перформативного значення у фразах звертав увагу ще у 70-роках минулого століття Г.Г. Почепцов. Він, наприклад, зауважував, що деякі висловлювання можуть сприйматись адресатом (в певних умовах) як перформативні [338].

Більшість народних прислів'їв відносяться саме до таких висловлювань. І це робить їх однією з найвиразніших мовних складових «театру» буття.

Взагалі, театралізація комунікації суттєво підвищує її ефективність. В українському фольклорі це яскраво демонструє такий казковий персонаж, як Коза-Дереза – один з найбільш артистичних трикстерів не лише українського, а й світового фольклору [203]. Талант перевтілення, лицедійства потрібен Козі-Дерезі для впливу на оточення (людей, звірів). Тоб-

то саме артистизм, театральна поведінка необхідні їй для ефективної комунікації.

Цей механізм часто застосовується і в реальному житті: не обов'язково для маніпулювання, але для більш ефективного донесення до співрозмовника певної інформації.

*Інтерактивний аспект* – це взаємодія, як результат спілкування. Існує багато наукових теорій щодо соціальних дій та стратегій взаємодії (за К. Томасом, М. Вебером, Е. Берном та ін.), але народна мудрість зафіксувала це так:

- де дружніші, там і сильніші;
- краще погана дорога, ніж поганий супутник;
- добре там живеться, де гуртом сіється і жнеться;
- одна квітка не робить вінка;
- одна бджола меду не робить;
- один розум добре, а два ще краще;
- згода буде, а незгода руйнує;
- біда, коли один в бороні, а десять в стороні.

*Міжкультурний (міжнародний) аспект* проявляється в спілкуванні представників різних етнічних груп, народів, культур.

В практиці ділового спілкування іноді виникають етнокультурні бар'єри, під якими розуміють ускладнення, що виникають на основі відмінностей у звичаях, традиціях, релігії. Оскільки в різних етнічних групах маються ментальні стереотипи, що не співпадають, то вони можуть призвести до ускладнень відносин з діловими партнерами – іноді навіть до світоглядних суперечок і протистояння різних способів сприйняття світу.

Подолати ці ускладнення допомагає діловий етикет, як засіб формалізації, уніфікації деяких аспектів взаємовідносин. Багато моментів можна прописати й в протоколах зустрічей, переговорів. Але головне у міжнаціональному, міжкультурному спілкуванні – взаємоповага, прагнення до добросусідських взаємовідносин [339].

Пам'ятаючи про те, що прислів'я мають подвійний смисл (прямий та переносний), можна українські прислів'я, що присвячені добросусідським відносинам, розглядати під

кутом міжкультурного (міжнаціонального, міжнародного) спілкування. Наприклад, такі:

- всі одним миром мазані;
- обгороджуй себе не огорожею, а приятелями;
- добрий сусід – найближча родина.

Всі ці приклади (і багато інших) свідчать про те, що українські народні прислів'я є справжньої культурною спадщиною, яка формувала і формує досі культуру спілкування в різних аспектах цієї соціальної практики.

Тому їх було включено в навчальні курси «Культура ділового спілкування» і «Практики культурних комунікацій», які викладаються студентам технічних спеціальностей в Одеському національному політехнічному університеті.

На основі цих прислів'їв було розроблено методику проведення практичного заняття [54], в рамках якого студенти мали не лише з ними ознайомитись, а й проаналізувати кожне з них, відповідаючи на такі запитання:

- в якому аспекті спілкування це прислів'я можна розглядати;
- якого смислу воно набуває в цьому аспекті;
- чи є це прислів'я доречним, актуальним сьогодні (навести аргументацію);
- як воно має втілюватись на практиці.

Апробація цієї методики на практиці показує, що студенти не лише здатні правильно віднести те чи інше прислів'я до відповідного аспекту (і розпізнати випадки, коли поєднуються декілька аспектів), а й визнають їх актуальність в сучасних умовах і форматах соціальних відносин. Студенти охоче моделюють комунікативні ситуації, в яких доречним було б використання таких прислів'їв. Таким чином вони набувають навичок з актуалізації культурної спадщини своєї країни.

Водночас, слід враховувати і тенденції в розвитку світового суспільства, які проявляються в глобалізації, посиленні міжкультурних, міжнаціональних зв'язків. Чим більше в світі проявляються ці тенденції (завдяки активізації інформаційно-

комунікативних зв'язків), тим більш очевидним стає те, що тут важливими є не лише механізми, схеми і моделі, а й їх етична складова.

Тому в перспективі представлену методику можна розширювати шляхом ознайомлення студентів із прислів'ями різних народів з метою виявлення спільних цінностей, спільних рис народної мудрості.

Найбільш красномовно така народна мудрість фіксується у прислів'ях, в яких відображається перцептивний аспект спілкування [340]. І це зрозуміло, бо перцепція впливає на сприйняття і розуміння між учасниками спілкування вже на першому етапі – під час знайомства.

Це зафіксовано в таких прислів'ях:

– англійське – you can't judge a book by its cover: не суди про книгу за обкладинкою [341];

– арабське – виблисуй очами перед тим, хто не знає тебе [342];

– німецьке – птаха впізнають за пір'ям [343].

Репутаційний бік ділового і міжособистісного спілкування вбачається в прислів'ях:

– англійське – it's better to be safe than sorry: остережешся вчасно, не буде про що шкодувати пізніше;

– німецьке – Der Ruf ist ein Vergrößerungsglas: чутки (слава, репутація) – це своєрідне збільшувальне скло, лупа.

В сучасних реаліях, коли в громадському дискурсі все частіш використовуються такі поняття, як «інформаційна війна», «війна компроматів» тощо, особливої актуальності набувають такі прислів'я:

– німецьке – Nachrede schläft nicht: погана слава не спить;

– німецьке – плітки вбивають людину;

– російське – клевета, как сажа – испачкает, не отмоешься;



– китайське – будеш три роки вчиняти доброчесно – мало хто буде знати про це; одного разу вчиниш погано – дізнається вся Піднебесна [344].

Про давню практику формування упередженого ставлення до людей (соціальних груп, національностей) в контексті комунікації свідчать такі, наприклад, прислів'я:

– ірландське – трьох речей стережись: копит коня, рогів бика і посмішки англійця [345];

– російське – в чужом глазу соринку замечаем, а в своём и бревна не видим;

– китайське – у риби, намальованій на стіні, лише одне око.

Зрозуміло, що негативний «ореол», упереджене ставлення суттєво ускладнюють спілкування (міжособистісне, ділове, міжнаціональне), не дозволяючи співрозмовникам скласти об'єктивне враження один про одного. Щоб такі складні ситуації виникали якомога рідше, прислів'я рекомендують:

– англійське – *people who live in glass houses should not throw stones*: той, хто живе у скляному домі, не має жбурляти в інших каміння;

– китайське – коли ти один – думай про свої гріхи, коли у суспільстві – забувай чужі;

– німецьке – *Lächeln ist die kürzeste Verbindung zwischen zwei Menschen*: посмішка – найкоротший шлях до контакту між людьми.

Світова фольклорна спадщина настільки багата і різноманітна, що виявити абсолютно всі прислів'я, які хоч якоюсь мірою стосуються комунікативних аспектів людського буття, – неможливо. Проте аналіз навіть декількох представлених прислів'їв свідчить про те, що це – інформативний і корисний фактичний матеріал для впровадження його в навчальний курс із культури спілкування.

Щодо осмислення філософського підґрунтя цього педагогічного прийому, то воно найбільш яскраво висвітлюється в

дискурсі концепції театральності соціокомунікативних проявів культури.

Якщо на народні прислів'я, точніше їх функції в культурі, дивитись крізь призму театральності, то кожне з них можна розглядати як сценарій. Дуже стислий за формою, але місткий за змістом.

Різні життєві ситуації як сценарії розглядав І. Гофман, запропонувавши «драматургічний підхід» в осмисленні сутності і форм існування соціальної реальності. Як вже зазначалося, завдяки його книзі «Представлення себе іншим у повсякденному житті» такі поняття, як «виконання», «реквізит», «передній та задній план», «вихід з ролі» та інші, стали інструментами соціологічного аналізу повсякденного життя, та різних форм соціокультурних комунікацій та відносин. При цьому Гофман зазначав, що «звісно ж, не весь світ є театральною сценою, але важко знайти важливі сфери життя, для яких це не було б справедливим» [133].

І. Гофман також ввів поняття «фрейм», як смислової рамки, що використовується людиною для розуміння чогось та дій в рамках цього розуміння, цілісність, в межах якої люди осмислюють себе у світі. Тобто словом «фрейм» Гофман позначає стійку структуру, когнітивне утворення (знання і очікування), а також схему репрезентації.

Мабуть, під такими «фреймами» можна розуміти і народні прислів'я, котрі якраз і формують поведінкові рамки, певні знання та очікування.

Такі поведінкові, «рольові» рамки І. Гофман пов'язував із ідентичністю. При цьому він зазначав, що людина не може повністю злитись із соціальною системою, завжди обираючи місце десь між ідентифікацією з системою та протиставленням їй. Переміщуючись в цьому просторі, вона намагається зберегти баланс. При взаємодії із соціумом завжди мають місце спроби відхилитись від соціальної обумовленості «Я», повної ідентифікації ніколи не відбувається. І саме ці коливання, саме ці спроби зберегти себе є ключем до розуміння буття людини.

Проте є й інше розуміння ідентичності. М. Козін, наприклад, пише, що «завдяки ідентичності людина остаточно набуває існування, ідентичного своїй сутності, а слідом за цим – духовних і соціальних основ і меж цієї ідентичності» [346].

В цьому процесі людині допомагають і народні прислів'я, які є концентрованою формою збереження духовних, етичних основ культури, з якою людина себе ідентифікує.

Так чи інакше, але в «театрі» буття прислів'я актуалізуються в двох аспектах:

– онтологічному, як «сценарії» можливих життєвих ситуацій та їх наслідків, котрі були осмислені народною мудрістю;

– драматургічному, як «репліки», здатні наповнити певним смыслом «діалог»/комунікацію. До того ж, кожного разу, коли в розмові хтось згадує народне прислів'я або приказку, це завжди сприймається як художній жест. Такі жести є проявом артистизму, особливо – в «театрі» повсякдення.

Обидва ці аспекти передбачають і аксіологічний аспект, бо створюють умови для трансляції і закріплення певних цінностей, притаманних національній культурі, зокрема, українській.

Таким чином, аналіз прислів'їв як культурної спадщини різних народів показує, що серед них є чимало таких, що містять сентенції з культури спілкування. Ці прислів'я мають потужний онтологічний ресурс, як перевірені часом «сценарії»/моделі соціальної поведінки/«фрейми» в «театрі» буття. Виявлене в них і проаналізоване філософсько-аксіологічне підґрунтя дає підстави вважати їх цінним фактичним матеріалом для впровадження в навчальний процес підготовки фахівців (з різних спеціальностей) у вишах.

Розроблена і апробована методика використання таких прислів'їв в навчальних курсах «Культура ділового спілкування» та «Практики культурних комунікацій» доводить доцільність і ефективність цієї педагогічної ініціативи. Бо вона дозволяє крім комунікативної компетентності формувати у студентів ще й вміння актуалізувати національну культурну спадщину в сучасних умовах соціальної реальності.

Окреслені перспективи розширення представленої методики сприятимуть формуванню у студентів розуміння того, що різним народам і культурам притаманні спільні цінності, що, в свою чергу, створює підґрунтя для більш ефективних міжнаціональних, міжкультурних комунікацій. Це надасть додаткових можливостей для підвищення конкурентоспроможності випускників українських вишів на міжнародному ринку праці, а також формування української інтелектуальної еліти нової генерації.

## **Висновки до розділу 4**

1. Художня комунікація в системі «особистість (митець) – суспільство – культура (мистецтво)» виконує низку функцій, таких, як сприяння діалогу митця із зовнішнім світом (з передачею соціально накопиченого досвіду), втягнення людей у сферу художньої культури задля розуміння й прийняття важливих суспільних та духовних цінностей.

Це обумовлює вихід художньої, творчої комунікації за межі творів (текстів) – в контекст соціальних комунікацій.

2. Виходячи за межі текстів, художня комунікація стає частиною соціокомунікативного простору культури і, водночас, впливає на його формування. Часто цей процес набуває рис театральності.

3. Театральний характер художньої комунікації, що виходить у контекст соціальної реальності, дозволяє окремі текстові феномени осмислювати в рамках концепції театральності соціокомунікативних проявів культури. Серед таких феноменів можна виділити фольклорних та літературних трикстерів, літературні пародії, наукові містифікації, народні прислів'я із сентенціями з культури спілкування.

4. Дослідження соціально-культурних функцій трикстерів показало необхідність поділу цих персонажів на міфологічних, архетипних, фольклорних та літературних. Тоді для фольклорних та літературних трикстерів слід закріпити як одну з визначальних

рис – театральний характер їх комунікацій. Ця пропозиція дозволяє більш чітко визначити роль трикстерів як медіаторів на головних соціокультурних комунікаційних магістралях: «письменник – читач» та «особистість – соціум – культура».

5. Особливе місце в художній комунікації посідають літературні пародії. Бо якщо на них дивитись не як на жанр літератури, націлений на висміювання чужих текстів, а як на форму творчої дискусії, співтворчості, то більш очевидними стають її комунікативні функції в культурі та соціумі: критика, творча дискусія, соціальний діалог, міжкультурний діалог тощо.

6. Осмислення соціально-філософських засад театральності наукових містифікацій дозволило виявити в них не лише негативні аспекти. Бо наукові містифікації, хоч і деформують уявлення про дійсний стан науки, але, водночас, активують наукову дискусію, створюючи умови для діалогу в «театрі» наукової (або навколо наукової) діяльності. Така комунікація може відбуватись на різних рівнях: між містифікаторами та вченими, які викривають їх містифікації; між вченими різних наукових шкіл; між наукою та іншими формами пізнання (релігією, мистецтвом); між наукою та суспільством.

7. Дослідження прислів'їв як культурної спадщини різних народів показало, що серед них є чимало таких, що містять сентенції з культури спілкування. Ці прислів'я мають потужний онтологічний ресурс, як перевірені часом сценарії/моделі соціальної поведінки в «театрі» буття. Актуалізація цих текстів у соціальних відносинах сприяє комунікації не лише між людьми, що живуть в один час, а й між поколіннями (з трансляцією певних знань та цінностей).

## Розділ 5

# ІМІДЖМЕЙКІНГ ЯК ЗАСІБ ТЕАТРАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Імідж, як образ, цілеспрямовано сформований для створення візуально-емоційного враження про особу (або соціальну групу, або територію), є важливою складовою «театру» буття.

Соціально-філософські засади цього засобу театралізації буття пов'язані із психоемоційними, перцептивними його властивостями. Імідж завжди є націленим на створення враження, а не чіткого розуміння справжньої суті об'єкта. Імідж не виходить на стадію оцінки, як раціональної функції пізнання. Він зупиняється на попередній стадії пізнання – на уявленні. Включення саме цих – підсвідомих – механізмів робить імідж доступним для сприйняття людьми, він легко вбудовується в їх ментальні матриці.

Тому, якщо про імідж говорити, як про психологічний продукт, то це – соціальна установка, ціннісний стереотип, модний символ.

Водночас цілі, які ставляться при створенні іміджу (самопрезентація, вплив на оточення, підвищення ефективності комунікації тощо), дають підстави розглядати його і як культурний продукт, як культурну практику. Практику, яка надає рис театральності майже всім сферам людської діяльності, в яких застосовується.

В «театрі» буття імідж виконує дві, головним чином, функції:

- сценографічну (як засіб візуальної презентації індивіда, соціальної групи або території);
- драматургічну (як засіб розділення «персонажів» в системі ідентифікації «свій – чужий»).

Ці функції передбачають формування специфічного характеру комунікацій та відповідного інформаційно-сислового середовища на різних рівнях і в різних форматах: в міжособистісному спілкуванні, професійних відносинах, міжнародних зв'язках, міських соціокультурних комунікаціях тощо.

## **5.1. Імідж як засіб візуалізації культурної ідентичності в «театрі» повсякдення**

В умовах процесу глобалізації, націленої не лише на всесвітню інтеграцію, а й на уніфікацію майже всіх сфер людської діяльності, спостерігається і зворотній процес, обумовлений розумінням важливості (і необхідності) культурного різноманіття. В цьому процесі набуває актуальності питання ідентичності – культурної, національної, релігійної, соціально-статусної, гендерної тощо [347].

Культурна ідентичність, як приналежність до певної культури або соціальної групи, яка сприяє формуванню ціннісного відношення людини до себе, інших людей, суспільства та світу в цілому, потрапляючи в контекст філософського осмис-

лення, спричиняє дискусію щодо цього явища в умовах суспільства, що трансформується.

Особливе занепокоєння деяких дослідників викликає подрібнення суспільства на все більшу кількість соціальних груп та загострення суперечок між ними.

Черговий виток цієї дискусії спровокувало есе Френсіса Фукуями “Against Identity Politics” (2018), в якому він поскаржився на те, що США розвалюються на шматочки, на окремі групи людей, кожна зі своєю ідентичністю. Це, на його думку, загрожує можливості осмислення і колективних дій з боку суспільства в цілому.

Проте його опоненти вважають, що, навпаки, те, що Ф. Фукуямі здається «розривом», насправді є результатом остаточного подолання спроб стерти з американської політики маргіналізовані групи, активність яких ще більш зміцнює демократію. Коли деякі групи наполягають на визнанні їх відмінностей, це не треба розглядати як суперечку. Прийняття різних історій та ідентичностей різних груп в демократії збільшує складність і потенціал цілого [348; 349]. При цьому опоненти нагадують Ф. Фукуямі його ж слова про те, що «люди ніколи не перестануть думати про себе і свої суспільства в термінах ідентичності. Проте ідентичності людей не є ані фіксованими, ані обов'язково заданими від народження. Ідентичність може бути використана для розділення, вона ж може бути використана для об'єднання». Тобто у будь-якому разі не можна не визнати, що у людей є фундаментальна потреба у належності до певної групи, потреба, яку задовольняє колективна ідентичність – етнічна, расова, релігійна, національна, політична тощо. Такі соціальні зв'язки виконують низку функцій: дають відчуття захищеності, безпеки, надаючи певні норми, допомагають людині зорієнтуватись у повсякденному житті. Іноді ідентичності сприяють відчуттю сенсу і мети у житті.

Розділяє тривогу Ф. Фукуями з приводу надмірної роздрібненості суспільства і Джон Фрімен. «Міністерство оборони, міністерство внутрішньої безпеки, великі фармацевтичні корпорації, великі освітні фірми, групи захисту громадянських



прав, чорні, індіанці, євреї, «глибинна держава», державні чиновники, профспілки, неоконсерватори, популісти, християнські фундаменталісти, атеїсти, противники абортів, захисники права на смерть, «зелені», юристи, гомосексуалісти, жінки, «діти нульових», бекі-бумери, «сині комірці/білі комірці», незаконні іммігранти...» – завзято перелічує Д. Фрімен різні соціальні групи, які в останні роки активно задають порядок денний політичного, громадського життя США. Проте, на відміну від Ф. Фукуями та його опонентів, він розглядає цю ситуацію в контексті соціального діалогу. Точніше, його відсутності. «Суть у тому, – зауважує Д. Фрімен, – що вже довгий час не вдається узгодити та примирити протиборчі порядки денні цих розмежованих груп. Відмінність сьогодення полягає у тому, що ми де-факто знаходимось у стані війни один з одним. А чи є це війною слів або фактичними бойовими діями, в даний момент значення не має. Значення має лише те, що ми одне з одним вже не спілкуємось» (John Freeman, LewRockwell.com, від 20 жовтня 2018 р.).

Проте лише констатації цього факту замало. Не менш важливими були б і відповіді на запитання: а чому ці соціальні групи сперечаються одна з одною? Чи дійсно вони не здатні знайти спільну мову? Адже, як показує життєвий досвід, люди завжди здатні домовитись, коли цього прагнуть. Що цьому заважає на рівні колективних соціальних відносин?

Ці питання, як і питання культурної ідентичності все частіше опиняються на перехресті позицій прихильників та противників глобалізації.

Перуанський письменник, філософ, політичний і громадський діяч, лауреат Нобелівської премії М. Варгас Льоса, наприклад, відстоюючи ідею глобалізації, піддав критиці не лише побоювання деяких аналітиків щодо втрати культурного різноманіття, а й саме поняття «культурна ідентичність». В своєму есе «Глобалізація та культурна ідентичність» він визнає, що «світ, в якому ми житиме у наступному столітті, буде менш яскравим та менш забарвленим місцевим колоритом, ніж той, що залишився у минулому. Фестивалі, вбрання, зви-

чаї, церемонії, ритуали та переконання, які у минулому надавали людству фольклорного та етнографічного різноманіття, поступово зникають або звужується царина їх існування» [350]. Але це не має нікого лякати, запевняє М. Варгас Льоса, бо всі культури з часом змінюються, деякі зникають, з'являються нові.

Так, дійсно, з часом всі культури і культурні феномени зазнають трансформацій [9; 169], але зараз питання в іншому: що має прийти на зміну багатьом різним «старим» культурам – багато різних нових культур або лише одна нова (одна на все людство)? І які наслідки для людства матиме кожен з цих варіантів?

Але Варгас Льоса так питання не ставить. Підмінивши проблему втрати культурного різноманіття на питання про невідоротність культурних трансформацій, він і поняття культурної ідентичності дискредитує в такій ж спосіб. «Поняття «культурна ідентичність», – пише Варгас Льоса, – є небезпечним. З соціальної точки зору воно є лише сумнівною, штучною концепцією. А в політичному плані воно загрожує найбільш дорогоцінному досягненню людства: свободі» [350]. Він не заперечує, що люди, які говорять однією мовою, народилися та мешкають на одній території, розділяють однакові релігійні переконання та тримаються однакових звичаїв, мають однакові характеристики. Але він вважає, що цей «колективний знаменник» ніколи не може повністю охарактеризувати кожну людину, концепція ідентичності, коли вона використовується не на індивідуальному рівні, є дегуманізуючою, представляє собою ідеологічну абстракцію всього того, що є оригінальним і творчим в людській особистості. «Справжня ідентичність витікає, скоріш, із властивості особистості опиратись цим впливам та протиставляти їм свої власні свободні дії» [350].

Інша точка зору на культурну ідентичність ґрунтується на розумінні не протиставлення особистості соціуму, а цілісності індивідуального та соціального. Тут постає питання про зближення і перетинання границь між особистістю та колек-

тивною ідентичністю. На цьому наполягає, наприклад, М. Мерло-Понті, зауважуючи, що «навколо наших починань та того суто індивідуального проекту, який складає наше буття, існує зона загального існування вже готових проектів, певних значень, які витають між нами та речами й визначають нас в якості чоловіка, буржуа або робітника. Загальність повсякчас втручається, вона опосередковує нашу присутність по відношенню до самих себе; ми перестаємо бути чистою свідомістю, тільки-но природний або соціальний стан речей перестає бути чимось неоформленим і складається в ситуацію, тільки-но вона набуває сенсу, тобто, в підсумку, тільки-но ми починаємо існувати» [66, с. 567].

Тобто знову йдеться про те, що особистість не може існувати (сформуватись, реалізуватись) поза соціумом. І питання про колективну ідентичність є, по суті, питанням про соціалізацію індивіда. В решті решт, тільки він сам вирішує, приймати або відхилити йому ту чи іншу колективну ідентичність. Лише він сам визначає, наскільки співзвучною його пошукам смислів і цінностей є та чи інша культура. Скорочення культурного різноманіття зменшує і можливості такого вибору. (Чи не це є обмеженням свободи?)

Якщо пов'язувати ідентичність із соціалізацією, то слід визнати, що скорочення культурного різноманіття призводить до ідентифікаційної дезорієнтації, що, в свою чергу, може ускладнити процес соціалізації індивіда.

Визначаючи соціалізацію як інтерналізацію індивідом системи традицій, генерованої конкретним суспільством, Н.С. Доній зауважує, що водночас соціалізація полягає у встановленні гармонії між адаптацією, індивідуалізацією та інтеграцією в конкретний соціальний простір. Крім того, соціалізація є процесом включення індивіда в систему суспільних відносин за допомогою конституювання соціально-типових і соціально-значимих рис [351, с. 137].

Швидкі соціальні зміни (політичні, економічні, культурні, правові), нестабільність еталонів якості життя породжують в суспільстві стан невизначеності (в першу чергу, системи

цінностей), яка провокує втрату ідентичності та схильність індивіда до ігнорування беззаперечних до певного часу соціальних рекомендацій і норм [351, с. 100, 138].

За таких умов «певним рятівним кругом» для людини здається масова культура, долучаючись до якої, особистість робить підміну своїх цінностей на прийняті в обраному сегменті цієї культури. При цьому людина може перебувати в ілюзії власного вибору, власної самоідентифікації. Однак, по факту, часто така підміна є втечею від себе, самоуниканням [352].

Втім, далеко не завжди відбувається «підміна» цінностей особистості на групові. В умовах соціально-культурної мінливості соціалізація може представляти собою «не засвоєння групових цінностей і норм, а побудову особистісного іміджу, який є результатом творчості індивіда, засобом самовираження, самопрезентації людини» [353].

Тобто співпричетність до інших людей, груп, колективів не позбавляє людину можливостей для творчих проявів, самовираження.

Більш того, із індивідуальних самоідентифікаційних рішень і складається колективна ідентичність.

Щодо культурної ідентичності, то вона характеризується ще й потребою у візуалізації. Це, власне, і дає підстави розглядати цей процес як «театральне» дійство з певною драматургією і відповідною сценографією.

Осмысливши проблему ідентичності в рамках свого «драматургічного підходу», Ірвінг Гофман також і це мав на увазі.

Знаходячись в процесі самоідентифікації, його «виконувачі ролей» позбавлені душевного спокою, більшість з них мають лавірувати в життєвих обставинах. Не бажаючи бути абсолютно непоміченими, загубленими у натовпі, і, в той же час, не бажаючи привертати до себе зайвої уваги, вони постійно балансують між нормальністю та унікальністю, точніше – між двома ілюзіями: фантомом нормальності та фантомом унікальності.

Стратегію балансування між нормальністю та унікальністю І. Гофман називав стратегією подвійного «нібито»: саме за-

вдяки цій стратегії в нас виникає впевненість у соціальній реальності (відносно до дій інших людей) та особистій свободі (впевненість у адекватності та значущості своєї поведінки) [133].

І. Гофман підкреслює, що людина не може повністю злитись із соціальною системою, завжди обираючи місце десь між ідентифікацією з системою та проставленням їй. Переміщуючись в цьому просторі, вона намагається зберігати баланс. При взаємодії із соціумом завжди мають місце спроби відхилитись від соціальної обумовленості «Я», повної ідентифікації ніколи не відбувається. І саме ці коливання, саме ці спроби зберегти себе є ключем до розуміння буття людини. З цього приводу І. Гофман зауважує: «Повна віддача та відданість соціальному утворенню передбачає свого роду самовідданість. СENS нашого буття може визначатись приналежністю до соціальних утворень, сENS нашої індивідуальності проявляється через ті нечисленні способи, якими ми опираємось тяжінню суспільства. Наш статус ґрунтується на твердій будівлі світу, в той час, коли сENS нашої особистої ідентичності часто знаходиться в її тріщинах» [133].

Хай там як, а процес самоідентифікації та результати цього процесу люди схильні іноді демонструвати. Це відбувається через зовнішній вигляд, коли костюм і костюмні прикраси допомагають створити відповідний образ. Тобто через створення певного образу/іміджу людина може донести до інших людей інформацію певного характеру (соціокультурного, соціально-статусного, професійного тощо).

Вважається, що суспільство стає по-справжньому сучасним (modern), коли його основною характеристикою стає інформація, найважливішою частиною якої є образ, його створення та вживання [23, с. 96].

При цьому філософське осмислення поняття образу завжди відбувалось у співставленні із можливістю пізнання реальності. Ще за часів Платона філософи нехтували візуальним образом, вважаючи його недостовірним (як у випадку із «переломленою» тростиною у воді) проявом «буття за думкою», протиставляючи йому «буття за істиною». В цьому ж руслі

розмірковував Е. Гуссерль, котрий шукав очевидні істини, що не залежать ані від суб'єкту, ані від часу, ані від місця. На його думку, чуттєво дані предмети не мають очевидності, яка може бути «схоплена» лише розумово. Саме ці очевидності, а не чуттєві істини можуть виступати основою наук [354].

Втім, поряд із цими поглядами формувався інший процес, який Людвіг Фейєрбах у передмові до другого видання «Сутності християнства» (1843) описував так: «В наш час, який надає перевагу образу, а не самій речі, копії, а не оригіналу, уявленню, а не дійсності, видимості, а не сутності, таке перетворення є розчаруванням і, як наслідок, абсолютним запереченням або, принаймні, зухвалою профанацією, бо священна лише видимість, істина ж нечестива» [355, с. 18].

Сучасна ж кількість візуальної продукції досягла таких масштабів, що перебудувала критерії оцінки подій: люди все більше довіряють не букві і слову, а візуальному образу. Початок цієї тенденції виявив в 30-ті роки ХХ століття Гюнтер Андерс, побачивши в ній «ікономанію». Потім Вільям Дж. Томас Мітчел, реагуючі на виклик розповсюдження відео-та комп'ютерного мистецтва (кібермистецтва), говорить про «іконологію», а в 1992 році в журналі «Артфорум» він вводить поняття “pictorial turn”. В рамках дослідження символічного прагматизму Ф. Фельман користується поняттям “magic turn”. А у 1994 році історик мистецтва Готфрід Бьом пропонує термін “iconic turn” – іконічний поворот [356, с. 110].

Цей поворот фіксує відхід у засобах комунікації від вербального способу до візуального, що дало підстави назвати сучасну епоху «цивілізацією образу». В цій цивілізації погляд індустріалізується, а видимість представляє собою не лише те, що дано і є, а й те, що приховано, або єдине, що можливе. Як свого часу висловився Вілем Флюссер: «З моменту винаходу фотографії філософія стала можливою не лише засобом слова, а й образу» [357, с. 106].

Осмыслиючи цю ситуацію, Володимир Мартинов зауважує: «Вислизання з-під влади слова – це не спокуса, а да-ність, яка може бути розтлумачена як спокуса, але від цього

вона все одно не перестане бути даністю. Невідворотність нав'язування нам цієї даності витікає з того, що час, в якому ми живемо, співпав із часом, коли на заміну вербально орієнтованій парадигмі культури приходить парадигма візуально орієнтована. Влада тексту замінюється владою картинки. Влада ідеологом замінюється владою ієрогліфом, і на заміну ідеології приходить гламур – глянцева картинка, яка показує нам, як треба жити. Але цей перехід не є рухом до якогось архаїко-міфологічного «перед-словного». Це рух до такого собі «після-словного» стану цивілізації» [13, с. 2].

Тобто іконічна форма по відношенню до вербальної стає первинною в процесі пізнання об'єктивної реальності.

Більш того, сьогодні образ претендує на смислову автономію. «Візуальний поворот проявляється не в тому, що вчені зненацька «відкрили» для себе і решти зображення та готові «закрити» мовний світ. Поворот проявляється у відмові визнавати «природним» мовне домінування в обороті зображальних медіа, оминаючи мову, активно втручатися в досвід» [358].

Втім, «активне втручання в досвід» призводить до ілюзорної впевненості тих, хто споживає таку «образність», в тому, що візуалізація є буквальним відбитком з дійсності і її реальним відображенням, відкритим до вільної інтерпретації. Проте образ є вторинним по відношенню до мови, яка виступає як втілення результатів одиничного досвіду в узагальнену форму. У гносеологічному аспекті образ характеризується через систему взаємодії суб'єкта і об'єкта, потрібне активне ставлення суб'єкта до дійсності [359, с. 57 – 58].

В роботі «Система моди» Р. Барт ставить під сумнів правомірність відокремлення образу від вербальної форми вираження. Він надає перевагу описанню перед образом, бо вважає описання кращим інструментом демонстрації сутності. Свою позицію Р. Барт підкріплює такими аргументами: по-перше, іконічна структура образу і вербальна структура описання зводяться до «мовного коду»; по-друге, описання позбавлено практичної та естетичної функцій (інформація); по-третє, описання відкрито розповсюджує «моду як смисли» [360].

Описання у порівнянні із образом характеризується більшою структурною прозорістю, як мова по відношенню до мовлення, знання по відношенню до думки. Р. Барт у своїй роботі надавав перевагу описанню, бо на мові інформації вербальна форма не несе «шуму», який би заважав смислу. Вербальна форма – це саме смисли, безшумна мова. «Образ пропонує багато можливостей; слово фіксує одну-єдину визначеність» [360, с. 30].

Втім, слід визнати, що цей підхід є вірним лише по відношенню до образу, а не його візуалізації (у Р. Барта ці поняття не розмежовані). Образ є цілісним і вторинним по відношенню до описання, але є первинним по відношенню до іконічної форми.

Так чи інакше, але сучасні соціальні комунікації продовжують «нарощувати» візуальну складову.

Телевізійна «картинка», реклама, цифрова фотографія, «смайліки», «емоджі» стають основними засобами комунікації, віддаляючи на другий план слово, бо візуальне значно скоріше і безпосередньо зв'язує людину із інформацією, подією, товаром, послугою.

Як зазначав ще П. Флоренський, «в епоху культур, що досягли, здавалось би, найбільшого розквіту, спостерігається схильність до зорових форм зображення понять, при яких зорові образи стають засобом вираження абстрактних понять простих і складних, і в яких конкретні зображення стають знаками і символами ідей» [361, с. 100].

Деякі дослідники вважають, що все це призводить до спрощення мови спілкування, до редукції глибини символічного, до плоского знаку – «іконки», «смайліка» [23]. Що культура медіазору, як новий тип мислення, сприяє формуванню явища поверхневого споглядання, що, в свою чергу, призводить до спрощення та уніфікації культурних смислів. Що на зміну картині світу приходить мозаїчний образ світу, осмислення та переживання втрачають свої орієнтири, поступаючись бездієвому спогляданню. Образи, що оточують людину, все більше починають на неї впливати. Все, що людина ба-



чить, стає частиною її внутрішнього «Я», певним чином виражається в комунікації із іншими людьми, проявляється в розумінні реальності і себе в цій реальності. Це дає підстави говорити про втрату, або порушення ідентичності.

Зміна потреб сучасної людини призводить до того, що «символічні культурні фікції використовуються людьми в умовах постмодернізму в якості інструментів формування порушеної ідентичності і інтеграції їх розірваного «Я» [362, с. 54]. Постмодернізм акцентує увагу на мінливості та невизначеності ідентичності, що призводить до того, що ми не прагнемо до розкриття певного сенсу (у світі через себе), а слідуємо серії подій, по мірі створення візуальних образів (будуємо себе через світ). Тобто світ використовується для побудови варіантів (часто ігрових) власної ідентичності [363; 364].

Ігрове начало у практиці побудови різних варіантів власної ідентичності вказує на театральну складову в цьому процесі. І це, в свою чергу, є підґрунтям для розгляду його в рамках концепції театральності буття, і особливо – в комунікативному аспекті.

Візуалізація ідентичності часто здійснюється за допомогою іміджу, точніше – зовнішньої його складової. Тут важливу роль виконують не лише костюм, а й костюмні прикраси і аксесуари. Часто саме за допомогою таких елементів людина може продемонструвати свою ідентичність – культурну, етнічну, релігійну тощо.

Ця практика не є новою. Костюмні прикраси завжди виконували ті чи інші функції у соціальних відносинах: від позначення племінних відмінностей (наприклад, скроневі кільця у древніх слов'ян) до фіксації соціального статусу (в Стародавньому Римі, наприклад, золоту каблучку могли носити лише сенатори та патриції, а серед католицьких священників лише кардинали носять перстень із аметистом).

При цьому часто люди мають не одну, а декілька ідентичностей, в залежності від груп, до яких входять.

Можливість визначення одночасно декількох ідентичностей для однієї людини означає й потенційну можливість роз-

ширення «комплекту» ідентичностей. А це означає, що слід говорити не про втрату ідентичності чи заміну власної ідентичності чужою (нав'язаною, «сурогатною»), а про пошук додаткових власних ідентичностей. Це відповідає концепції зміни «ролей» у «театрі» життя, як способу пошуку нових, додаткових «Я» особистості.

Результати цих пошуків часто візуалізуються у зовнішньому вигляді, в тому числі і за допомогою костюму і костюмних прикрас.

Костюм і костюмні прикраси є важливою складовою театру – і як виду мистецтва, і як ігрової форми буття, і як способу оформлення різних видів комунікації. В театрі (будь-якому) костюми грають, іноді, більш важливу роль в організації сценічного простору, ніж куліси та декорації. А костюмні прикраси (ювелірні вироби, біжутерія, аксесуари) можуть не лише доповнити костюм, а й сформуванати сам образ у відповідності до заданої сценічної, соціальної, культурної або іншої ролі.

Це особливо характерно для сучасного інтерактивного, імерсивного театру, який прагне вийти за межі сцени – в глядацький зал, на вулиці та площі. Там, де немає ані куліс, ані декорацій, саме костюми, маски, атрибути організують сценічний простір, створюють певний візуально-предметний контекст.

В «театрі» повсякдення, де «спектаклі», «перформанси», «хепенінги» проходять як природна складова життя, ця функція костюму ще більш очевидна.

В наші дні, коли кожен сам собі режисер і сам собі актор, людина, вдягаючи той чи інший костюм і виходячи в ньому «у люди», несе з собою і свій «театр» [184]. В цих умовах поняття сценічного простору стає досить умовним. В офісі, спортзалі, крамниці, університетській аудиторії, троллейбусі, коридорі поліклініки сцени немає. Але ж сценічний простір організується одразу, як тільки з'являється людина «в образі».

Тут вже не просто «весь світ – театр, і люди в ньому – актори», а кожна людина – театр.

Тобто сучасний світ – це сукупність індивідуальних, особистісних театрів. Грають всі, грають щось спільне, і при цьому – кожен своє.

А костюми та прикраси в цьому допомагають.

Саме через одяг, прикраси та аксесуари людині простіш за все продемонструвати свою приналежність до тієї чи іншої етнічної, соціальної, статусної, професійної, релігійної, політичної групи. Причому така демонстрація може співвідноситись як з історичними традиціями, так і з мінливою модою. Прикладами можуть служити широкі джинси з яскравими латками та фенечкі хіпі; малинові піджаки та масивні золоті ланцюги «нових руських» в 90-х роках минулого століття; відроджені в сучасній моді традиційні елементи українського жіночого костюму – вишиванки, коралові намиста, віночки тощо.

Така костюмна візуалізація культурної ідентичності нерозривно пов'язана із театральністю буття. Найбільш виразною формою театралізації повсякдення є мода. Проте спроби роздивитись феномен моди крізь призму театральності життя ускладнюються деякими протиріччями. Одне з них обумовлене визначенням самого поняття «мода».

В статті Т. Савицької, наприклад, читаємо: «Як слідує із самого терміну, мода (від латинського слова «modus», міра, правило, приписання; звідси – французьке «mode», італійське «moda», німецьке «mode» і т.д.) – це культурно санкціонована форма масової поведінки, що має циклічний характер. Мода – система знакової аргументації, яка поступово дрейфувала від правлячих каст (згадаємо приставні золоті бороди фараонів) до широких верств населення; засіб особистого самовираження, соціальної ідентичності або, навпаки, диференціації» [365].

Але ж чи можна говорити про «особисте самовираження» в рамках правил та приписань?

Втім, погляд на моду, як на систему знакової аргументації, яка «дрейфувала від правлячих каст до широких верств населення», відповідає концепції театралізації життя, згідно з якою люди «приміряють» на себе чужі ролі.

Мабуть, керуючись саме цією концепцією, фірма Miu Miu у квітні 2016 року представила колекцію прикрас «The Queen's Jewels», яку створила з нагоди ювілею королеви Єлизавети II. Ідея лінії полягає у тому, що біжутерія імітує відому колекцію коштовностей британської королеви Crown's Jewels, які зберігаються в лондонському Тауері: тиари, діадеми, сережки, браслети. Цілком очевидно, що автори біжутерії розраховували на те, що споживачі під впливом ювілею «брендової» персони не втримаються від спокуси прикрасити себе «коштовностями», як в самої королеви (відчувши при цьому себе королевою).

Втім, не менш впливовою є й інша, прямо протилежна, установка сучасної моди про те, що не слід намагатись бути другосортною копією когось, а треба спробувати стати неповторним оригіналом самого себе. «Не звертай уваги на тренди, – закликає Джані Версаче. – Не дозволяй моді володіти тобою: ти вирішуєш, ким ти є і що хочеш виразити тим, як ти вдягаєшся і як живеш».

Намагаючись не дуже випадати із загальних течій та напрямків сучасної моди, люди все частіше знаходять способи для створення власних іміджів – оригінальних, неповторних. Індивідуальність стає головною добродією в сучасному суспільстві, а слово «ексклюзив» служить «залізним» аргументом рекламних кампаній.

Іншими словами, все більш чітко проявляється ситуація, коли одночасно з модою існує антимода, позамода.

Власне, це було завжди. Людині завжди була притаманна амбівалентність бажань: з одного боку – бути як всі, з іншого – бути особливим, не як всі.

Усвідомлення цього факту обумовлює необхідність розділення понять «мода» і «модельювання одягу». Модельювання одягу або прикрас, як вид мистецтва, як процес створення предметів культури, може співвідноситись із модою, як формою масової поведінки, а може йти з нею врозріз, привносячи нові, оригінальні ідеї (які, можливо, з часом стануть модними). Тобто для сучасних модельєрів одягу, дизайнерів прикрас та їх

споживачів мода – це не правила, не приписання, а пропозиції, яким можна слідувати або не слідувати при створенні індивідуального образу.

Моду можна розглядати, як орієнтир, який здатний, за словами Ж. Денисюк, «підвищувати чи знищувати престижність використання та споживання культурних взірців, моделей та визначати певні стандарти поведінки, повсякчас акумулюючи соціально значиму інформацію» [366, с. 26]. Тут слід додати: не лише акумулюючи, а й активно розповсюджуючи. Бо саме за умов активної соціальної комунікації «іміджева модель поведінки передбачає особливу значущість неформальних міжособистісних зв'язків, у контексті яких імідж відображає вільне самовизначення людини» [353].

Ця стратегія цілком відповідає сучасному змісту терміна «імідж», під яким розуміється не просто образ, зовнішній вигляд, а й засіб самопрезентації, спосіб впливу на свідомість оточуючих.

В науковій літературі можна зустріти поділ іміджів за стилями. Наприклад, в роботі [367] читаємо: «На основі індивідуально-типологічних особливостей людей та їх вподобань у одязі (незалежно від моди) виокремлюють сім стилів, в межах яких може формуватися безліч різноманітних іміджевих пропозицій: консервативний, класичний, екстравагантний, спортивно-невимушений, загадковий і пасивно-жіночний».

В даній класифікації не зовсім зрозуміло, як перелічені стилі співвідносяться із поняттям художнього стилю в мистецтві, і чому невимушений стиль прив'язано виключно до спортивної тематики (куди подівся, наприклад, стиль «бохо»?). Дивує також характеристика стилю – «пасивно-жіночний» (сприймається як оксюморон). Втім, безперечним є твердження про те, що в рамках будь-якого стилю, або в результаті комбінування різних стилів, можна створювати безліч іміджевих самопрезентацій, які дозволяють візуалізувати культурну ідентичність (або ідентичності).

Костюмні прикраси в цих індивідуальних, особистих творчих практиках є доволі ефективним (і ефектним) засобом.

Розглянемо це на прикладах авторських дизайнерських прикрас.

## **5.2. Приклади образів, створених із застосуванням авторських дизайнерських прикрас, в «театрі» індивідуальних іміджевих практик**

Біжутерія, як сегмент ювелірного мистецтва, найбільш відкритий для творчих експериментів, надає можливостей для таких експериментів і в «театрі» повсякдення. Практика створення авторських дизайнерських прикрас [368 – 372] показує, що в цьому «театрі» завдяки прикрасам можна створювати безліч індивідуальних іміджів з метою самовираження або демонстрації своєї культурної ідентичності.

Наприклад, для того, щоб продемонструвати свою національну ідентичність як українки, зовсім не обов'язково вдягатись у вишиванку. Можна й в сучасний костюм привнести елементи з традиційною українською символікою або стилістикою. Припустимо, білу сорочку сучасного крою можна доповнити комплектом біжутерії з мотивами червоних ягід (рис. 7), які так характерні для традиційного українського жіночого костюму [10; 184].

А щоб заявити про себе, як про одеситку, не обов'язково вдягати тільняшку. Цілком достатньо прикрасити консервативний діловий піджак витонченою, але трохи легковажною брошкою у вигляді «золотої рибки» (рис. 8).

Продемонструвати свою прихильність до ідей та стилю хіпі, але не так радикально, як це роблять самі «діти квітів», можна, якщо привнести в костюм універсального міського стилю лише один аксесуар – джинсову сумочку (рис. 9).

«Джинсова біжутерія», до речі, надає дуже багато прикладів того самого стилістичного комбінування, яке дозволяє створювати різноманітні іміджеві пропозиції, або образи/ролі в «театрі» повсякдення.



**Рис. 7.** Гарнітур  
«Смородинка», 2016



**Рис. 8.** Брошка «Риба  
золота», 2016



**Рис. 9.** Джинсова  
сумочка, 2016

Наприклад, виразними і ефектними виходять образи, які створюються за допомогою прикрас, головними елементами яких є джинсові квіти [369; 373]. Флористична тематика в одязі та прикрасах завжди актуальна, але джинсові квіти суттєво «усучаснюють» образи, не позбавляючи їх романтичності, грайливості та жіночності (рис. 10 – 12).



**Рис. 10.** Намисто  
«Осінні квіти», 2015



**Рис. 11.** Кольє  
«Букет», 2016



**Рис. 12.** Намисто  
з джинсовою  
розою, 2015

Такі прикраси, між іншим, є універсальними. Універсальність ця проявляється в різних аспектах: функціональному, образному, семіотичному, художньо-стилістичному.

Наприклад, джинсова брошка-квітка ефектно і гармонійно виглядає не лише на джинсовій куртці, а й на топі з вишуканим гіпюром, на жакеті із романтичною витинанкою і, навіть, на діловому піджаку (рис. 13). Ця прикраса «переходить» від костюму до костюму, створюючи кожного разу новий образ [374].

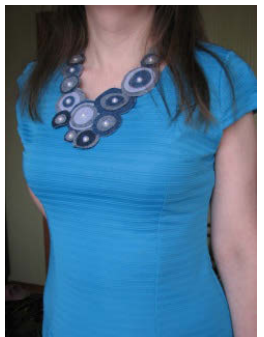


**Рис. 13.** Брошка «Джинсова роза» як деталь різних костюмів



Зовсім іншу естетику задають прикраси з геометричними мотивами. Наприклад, лаконічна геометрія кольє «Круги на воді» (рис. 14) робить образ елегантним, а легка асиметрія в розташуванні елементів надає динамічності прикрасі і «оживлює» образ в цілому.

Динамічність в комбінації з графічністю проявляється і в прикрасах, які зроблені на основі «фірмового» джинсового шва. Шов, який просто вирізається із старих брюк і ніяк не обробляється, укладається в різноманітні візерунки, що дозволяє створювати ефект елегантної неохайності не лише у прикрасі, а й у всьому образі (рис. 15, 16). Цей ефект робить прикраси універсальними, здатними вписатись як у буденні, так і у вечірні костюми «театру» життя.



**Рис. 14.** Кольє «Круги на воді», 2015



**Рис. 15.** Кольє «Завитки», 2016



**Рис. 16.** Кольє «Спіральки», 2016

При створенні «буденних» образів часто виникає необхідність враховувати правила деяких офісних дресс-кодів. Дресс-код грає важливу роль у соціокультурній комунікації, бо допомагає відмежувати простір робітника офісу від простору клієнтів, відвідувачів, а також розмежувати особистий та робочий простір. Тому дресс-коди іноді передбачають багато обмежень, здаються занадто консервативними, такими, що не дають простору для самовираження. Втім, в дресс-кодах майже ніколи не оговорюються використання прикрас і аксесуарів. Тому саме за їх допомогою можна виразити себе.

Наприклад, ефектно, але без зайвого виклику, виглядає брошка-жабо з джинсової тканини в комбінації з крупними перлинами (рис. 17).



**Рис. 17.** Брошка-жабо, 2016

«Вечірні» образи зазвичай потребують поєднання елегантності та розкоші. Досягти такого ефекту можна за допомогою кільце на основі джинсового «хомуту» (рис. 18). Властивість цієї конструкції зберігати об'ємну форму дозволяє декорувати її багатьма деталями, в тому числі й металевою фурнітурою (бронзовою або «під бронзу»). Чим більше таких деталей, тим більше ілюзія розкоші.



**Рис. 18.** Кільце-хомут, 2016

«Джинсова біжутерія» не лише дозволяє створювати безліч різних образів, а й має ще одну перевагу: ці прикраси завжди ексклюзивні. Оскільки в більшості випадків вони робляться зі старих речей, які вже непридатні для носіння, або вийшли з моди, їх неможливо запустити у масове виробництво. Це завжди ручна, індивідуальна праця.

Існує, правда, деякий скепсис щодо прикрас, які зроблені вручну, особливо – щодо прикрас зі старих джинсових речей. Але практика показує, що хенд-мейд біжутерія виглядає дешевою лише тоді, коли вона невдало підібрана під костюм, дисонує із загальним зовнішнім виглядом.

В цілому ж «джинсова біжутерія» відповідає запитам сучасної моди, яка орієнтується на створення індивідуальних, неповторних, самобутніх образів. Ця тенденція значно посилюється завдяки саме хенд-мейду. Бо він не просто є частиною культури повсякдення, а й стає феноменом, який дає підстави говорити про те, що масова культура – це не лише культура споживання [375; 376], а й культура творчості.

Не менш широке поле для творчих експериментів з індивідуальним іміджем та візуалізацією культурної ідентичності відкривається в субкультурах.

Іміджева складова є невід'ємною частиною більшості субкультур. Стилїстика, естетичне оформлення субкультури слугує зовнішнім маркером, який дозволяє оперативно (і майже безпомилково) ідентифікувати її представників. Тому, розвиваючись, кожна субкультура намагається створити свій стиль одягу, зачісок, свій набір предметної атрибутики, включаючи прикраси та аксесуари.

І тому, наприклад, так відчайдушно намагаються створити свій стиль іміджевої візуалізації комп'ютерні геймери [377]. Наразі ця субкультура є однією з найменш іміджевих. Відрізнити геймерів за зовнішнім виглядом досить важко. «Я навіть спеціально перевіряв свою шафу на предмет наявності якоїсь речі, – пише геймер, який вирішив зайнятися пошуком стилю як ознаки субкультури. – Але, нажаль, не знайшов там ані шолома Великого Татуса, ані залізного шолома Довакіна. Проте якщо б в мене було щось подібне, я навряд чи вдягнув це для вуличної прогулянки» [378].

Втім, неможна сказати, що таке «екстремальне» вбрання не має місця у житті. Воно є цілком доречним, наприклад, на косплейних вечірках або фестивалях [379]. Але «візитівкою» субкультури геймерів воно стати не може, бо не охоплює всього різноманіття комп'ютерних ігор.

Отже, геймерство, як субкультура, свого дресс-коду ще не сформувало. Хоча спроби не припиняються. Іноді можна зустріти таке описання геймерської моди: «Безлад на голові, завжди рюкзак за спиною, напульсники, навушники на шії, широкі штани, футболки тощо. А якщо з карману сторчать мишки і клавіатура, то взагалі краще й не буває!» [380]. Незважаючи на іронію (або самоіронію?) в цьому описанні, слід визнати, що воно виглядає занадто узагальненим, бо під нього підпадають і хакери, і «чайники»-ентузіасти.

Більш конкретно позначити ігрову тематику в одязі дозволяють принти. Футболки з емблемами, персонажами та атрибутикою комп'ютерних ігор все частіше зустрічаються в молодіжній (і не лише) моді.

Ще одна спроба візуально позначити субкультуру геймерів пов'язана із появою так званих «піксельних окулярів». Це звичайні пластмасові сонцезахисні окуляри, дизайн яких асоціюється із графікою перших комп'ютерних ігор та нарочито «піксельною» естетикою сучасної гри Minecraft. Втім, і ця мода в «реалі» довго не протрималася, залишившись наразі як елемент хіба що аватарок.

Думається, що іміджева «недооформленість» геймерства пов'язана із тим, що ця субкультура орієнтується більше на віртуальну реальність, ніж на соціальну. На відміну від тих субкультур, в основі яких лежить прагнення (свідоме або неусвідомлене) до театралізації повсякденного життя. Які б ідеї, цінності та норми не проголошували такі субкультури, «сценічна» поведінка їх представників, елементи костюмованої гри, театрального дійства виходять на перший план. Вони, власне, і є формою демонстрації переконань та цінностей, які пропагандує субкультура (як, наприклад, денді, хіпі, япі), або можуть бути і самоціллю (як у гламурі, віжуал-кідсі, декор-кідсі тощо).

Серед сучасних молодіжних субкультур найбільш «театралізованими» є такі, що вийшли з творів художньої літера-

тури: толкієністи, лоліти, стімпанк тощо. Стімпанк є субкультурою, яка, мабуть, більш за всіх схильна до опредметнення. Бо саме через предмети побуту, аксесуари, костюми та костюмні прикраси тут відтворюється естетика вікторіанської Англії, актуалізується «культ» парових машин [381]. Серед костюмних прикрас, покликаних передати «дух» вікторіанської епохи, найбільш виразними є ті, які можна віднести до категорії стімпанк-вінтаж [381, с. 41]. В таких прикрасах акцент робиться не на деталі механізмів (хоча їх наявність є обов'язковою), а на імітацію «старовинності». Прикладом таких прикрас є браслети-манжети, для виготовлення яких використовується широкий спектр матеріалів: шкіра, кружева, текстиль, шнурки, гудзики, застібки «блискавки», булавки та інша фурнітура (рис. 19).



**Рис. 19.** Браслет-манжета  
«Вікторіанська штучка», 2015

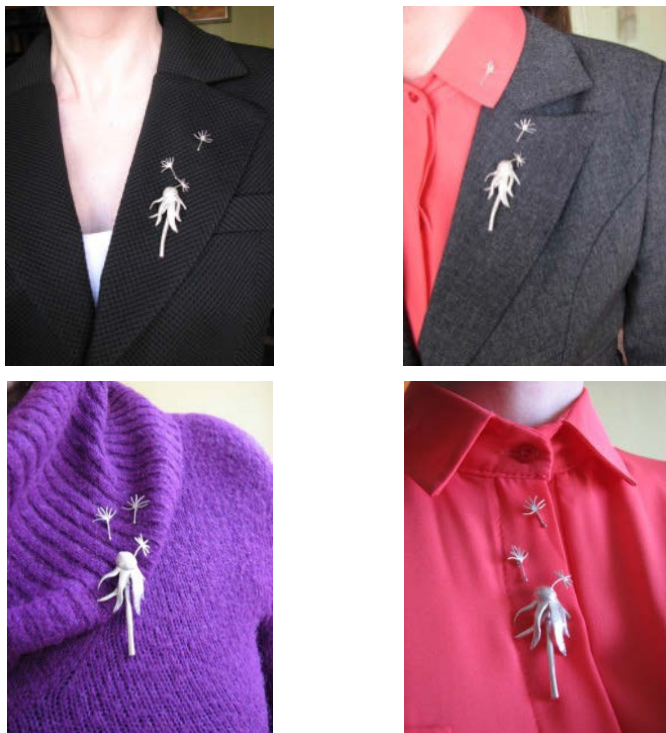
Цей різновид стімпанку створює умови для експериментів не лише з окремими елементами, а й з комбінуванням стилів, спрямованим на формування оригінальних образів.

В цілому ж, всі різновиди стімпанку доводять, що, потрапляючи в інший культурний контекст, стиль змінює і свій смисловий дискурс. Якщо в художній літературі (з якої, власне, й вийшов стімпанк) вигадані речі покликані змоделювати цілу цивілізацію, то реальні речі в реальному житті покликані це життя урізноманітнити, доповнюючи ще одним штрихом – в чомусь ностальгійним, в чомусь провокаційним.

Оскільки характерними рисами сучасного «театру» повсякдення, як і культурної ситуації в цілому, є динамічність, постійна зміна форм і станів, то і ювелірним прикрасам художники та дизайнери намагаються надавати цих рис.

Одним із способів вирішення цього актуального завдання є ідея прикраси зі змінною композицією [382].

Цю ідею було втілено у брошці «Кульбабка», яка складається з трьох окремих частин – квітки та двох «парашутиків». «Парашутики» закріплюються на одязі так, щоб створювалося враження нібито вони «розлетілися» від різкого руху власниці брошки. До того ж, ця композиція може закріплюватися на одязі з різними костюмними конструкціями і деталями, «підлаштовуючись» під їх модельні особливості (рис. 20).



**Рис. 20.** Різні варіанти кріплення брошки «Кульбабка» до одягу

Ця прикраса (або ідея) привносить у «театр» повсякдення нову сценографічну стратегію – створення різних образів при наявності одного засобу. Така варіативність відповідає тенденціям сучасної моди, в котрій все більш затребуваними стають аксесуари-трансформери [383], костюми-трансформери [384] та будь-які дизайнерські рішення, спрямовані на створення універсальних або багатofункціональних речей.

Таким чином, прикраси із змінною композицією дозволяють створювати ефект руху, надають динамічності та легкості всьому костюмному образу. «Підлаштовуючись» під особливості різних костюмів, вони дозволяють створювати різні образи/іміджі при наявності одного (по суті) засобу. Це можна розглядати як своєрідну гру, яка є характерною рисою сучасного «театру» повсякдення.

Отже, бачимо, що костюмні прикраси надають широких можливостей не лише для візуалізації культурної ідентичності, а й для особистих творчих експериментів з образами/ролями у «театрі» буття. Тобто творчість, у даному випадку, полягає не лише у тому, щоб робити різні прикраси, а й у тому, щоб за їх допомогою створювати цікаві образи і правильно їх презентувати.

До того ж, такі особисті творчі практики показують можливості костюмних прикрас у створенні не лише образів, а й сценічного простору, який неодмінно виникає навколо людини з оригінальною (зазвичай хенд-мейд) прикрасою. Польові випробування авторських прикрас показують, що практично будь-яка група людей на деякий час розділяється на «глядачів» та «актора» (з відповідними репліками, діями, критикою), коли з'являється людина «в образі».

Феномен утворення «сценічного» простору завдяки іміджу проявляється і під час формування іміджу території. Тут активну роль відіграють, зокрема, інтерактивні арт-об'єкти, які все дедалі більше стають частиною міської архітектури, утворюючи специфічні локації та комунікативно-сміслові середовища.

### 5.3. Вплив інтерактивних арт-об'єктів на театралізацію сучасного міста

Всупереч уніфікації, встановленню певних культурних стандартів, які передбачаються глобалізацією, зростає прагнення окремих територій, особливо – міст, до формування і презентації своєї унікальності, створення власного «бренду» або особливих «візитівок», які підтримували б культурне та архітектурне різноманіття.

Зазвичай до складових іміджу території відносять візуальні символи (Ейфелева вежа, Біг Бен, Кремль, Статуя Свободи тощо), події (фестивалі, спортивні турніри, виставки), відомих персонажів (історичних, легендарних, героїв літератури та кіно) [385, с. 184]. Всі ці елементи не лише складають зовнішню частину іміджу міста, а й формують його специфічне смислове наповнення.

Тому в сучасному територіальному іміджмейкінгу не втрачає актуальності принцип шотландського урбаніста П. Геддеса – «Думай глобально, дій локально», – який він сформулював ще у 1915 році. Цей принцип реалізується, зокрема, в арт-об'єктах, характерною ознакою яких є театральність.

До таких арт-об'єктів відносяться, насамперед, інсталяції. На відміну від інших видів арт-об'єктів (графіті, реклама, підсвітлення, трансляція відео-зображень), інсталяції утворюють просторову композицію із різних предметів, які поєднуються територіально і за смисловим змістом, формуючи відповідний «сценічний» простір.

Поняття «простір» тут є ключовим, тому слід уточнити його визначення для даного дискурсу.

В театрі сценічний простір є не лише формою візуалізації і організації певних обставин, а й засобом генерації, інтерпретації смислів (художніх, соціальних, культурних), а також задає специфіку тих комунікацій, які виникають в театрі [63] та поза його межами. В «театрі» життя простір виконує такі ж самі функції, тому доцільним є виділення окремих комуніка-



тивних просторів і субпросторів, які складаються в різних сферах людської діяльності.

Одним з прикладів втілення такого підходу є розгляд феномену моди в контексті «просторового повороту» в дослідженнях О.В. Скалацької, де поняттям «простір моди» позначається системотворче явище, наділене креативними потенціями, здатне продукувати та споживати соціальні сенси, створювати іміджеві ознаки за допомогою одягу, визначати та змінювати тенденції соціального розвитку за рахунок динаміки видовищності та театралізації [386].

Майже так само можна охарактеризувати і простір, який утворюється завдяки арт-об'єкту як елементу архітектури сучасного міста [387; 388]. Тільки в цьому просторі головними чинниками «соціалізації» є не перформативна пропозиція, а соціокультурна і комунікативна активність мешканців міста. Ця активність обумовлена готовністю людей до оновлення оточуючого середовища, спрямованістю на сучасні форми діяльності та спілкування.

Саме реакцією на підвищення соціальної активності людей пояснюється поява таких видів відпочинку, як інсталяції, стріт-арт [389]. Такі інсталяції глядач не споглядає збоку, як, наприклад, картини, а опиняється в середині них, а іноді – навіть привносить власну «драматургію».

Такі арт-об'єкти не лише викликають позитивні візуальні асоціації, а й виступають в якості активного компонента в створенні емоційно гармонійного міського середовища. За допомогою «цікавих об'єктів у місті створюються точки тяжіння людей, а фрагмент міського середовища набуває унікального духу міста» [389].

Раніше, наприклад, для Одеси такими «місцями тяжіння людей» були «одеські дворики». Втратою цього самобутнього феномену переймаються і одеські краснавиці [390; 391], і навіть вчені Кембриджського університету В. Сквірська та К. Хемфрі [392]. Всі прогнозують, що одеський «колотит» і ментальні властивості мешканців міста будуть слабшати.

Сільські властивості подвір'я, де всі знали один одного, швидко зникають.

Проте, думається, більш важливим є питання не щодо втрати Одесою своїх «двориків» (в решті решт, будь-яке місто з часом зазнає змін), а щодо того, що матиме замість них. Адже одесити не стають менш комунікабельними і уважними до сусідів та співгромадян. Просто комунікації набувають нових форм. Центрами спілкування стають вже не «дворики» (яких в принципі не може бути в сучасних житлових комплексах із великими багатоповерховими будівлями), а інші архітектурні локації та Інтернет, де люди гуртуються не за місцем проживання, а за інтересами.

Чи веде це до втрати «колориту»? Або слід говорити не про втрату, а про зміну форматів цього «колориту»? Адже не «дворики» обумовлювали особливість Одеси, а люди, які в них збиралися.

Тобто мова вже йде не лише про організацію простору, а й про формування середовища – емоційно, інформаційно, семантично наповненого. Яке, до того ж, є відкритим до будь-яких змін та трансформацій.

Одним з прикладів нових форматів міських соціокультурних комунікацій є арт-об'єкт, який у вересні 2018 року з'явився на території Одеського національного політехнічного університету до 100-річного ювілею навчального закладу. Композиція називається «Древо пізнання» (рис. 21). Автор – одеський художник, дизайнер Вадим Колісник.

Окрім Дерева до складу композиції входять також лавка із гербом ОНПУ та фігурка Кота в стилі стімпанк. Елементи розташовані на круговому майданчику, утворюючи власний предметно-смысловий простір. Кожен з елементів є багатофункціональним і багатосмысловим.

Дерево – це металева зварювальна конструкція, у «стовбурі» якої знаходиться механізм, що дозволяє у віконці-ілюмінаторі продивлятися (повертаючи вентиль) світлини з деяких сторінок історії Політеху. Поверхня «стовбуру» декорована символами основних наукових напрямків університету

– механіка, енергетика, хімія, метрологія, комп'ютерні технології, економіка, культура тощо. На одній з гілок висить «золоте» Яблуко. Семантика цього символічного елементу доволі різноманітна – від казкових «молодильних яблук» (політехніки стверджують, що вони не постарішали на сто років, а помолодшали) до славнозвісного «яблука Ньютона» як символу наукового пошуку.



**Рис. 21.** Арт-об'єкт «Древо пізнання».  
Автор – Вадим Колісник. Одеса, 2018

Для підсилення саме цього семантичного змісту яблука-символу точнісінько під ним встановлено лавку, сидючи на якій можна не лише відпочити або зробити селфі, а й почитати підручники, конспекти, створюючи підґрунтя для майбутнього наукового осяяння. Про прийняття студентами цієї «сислової гри» свідчить той факт, що вже наступного дня після відкриття арт-об'єкту Коту дали кличку – «Ньютон».

Кіт в цій композиції – фігура найбільш популярна. Це обумовлено декількома причинами. По-перше, в Одесі до котів (будь-яких) завжди було особливе ставлення. Для одеситів коти – це не лише об'єкти любові та турботи, а й невичер-

пне джерело творчого натхнення, про що свідчать твори одеських художників, скульпторів, письменників, поетів, фотографів тощо. По-друге, Вадим Колісник металевого Кота постарався «оживити» максимально, використовуючи не лише художні засоби, а й технічні: голова Кота може обертатись – «для забезпечення широкого кругозору». По-третє, семантика образу Кота ґрунтується на асоціаціях з різних культурних традицій: кіт учений О.С. Пушкіна, Пан Коцький з українських народних казок, Кіт у чоботях, Чеширський кіт та інші літературні і фольклорні коти, характерними рисами яких є розум, винахідливість, почуття гумору, філософське ставлення до життя.

Все це суттєво розширює семантичне поле арт-об'єкту, роблячи його відкритим для нових інтерпретацій в заданому контексті.

Нові інтерпретації та додаткові смисли виникають в різноманітних комунікативних ситуаціях, котрі складаються як всередині об'єкту, так і поза його межами – обговорення в соцмережах, критика і аналіз в художніх колах, повідомлення і коментарі в ЗМІ, студентський фольклор.

«Драматургія», що завдається тематикою даного арт-об'єкту, виходить з його «сцени» на сцену справжню. Так, на конкурсі художньої самодіяльності «Студентська осінь – 2018» зі сцени пролунав веселий віршик:

У Политеха Кот учёный  
Всё бродит с мыслью об одном:  
Что в этом мире он не может  
Быть просто маленьким котом.

Болты, винты, шурупы, гайки –  
Всё это есть внутри Кота.  
Но если вам сказать по правде,  
В нём много знаний и труда...

Інтерактивний формат арт-об'єкту «Древо пізнання» спонукає до активних творчих дій не лише студентів і викладачів Політехнічного університету, а й інших мешканців міста.

В цьому «театрі» деякі з них випробовують себе в якості костюмерів. Так, з приходом осінніх холодів Кота вже вдягали у модний кожушок, пов'язували йому на шию шарфік, зв'язаний власноруч з ниток в «одеських кольорах» (рис. 22).



**Рис. 22.** Приклади вдягання Кота в арт-об'єкти «Древо пізнання», Одеса, (фото взяті з Facebook (І. Рязанова) та Google-maps)

Тобто, якщо на показах мод глядачам лише пропонуються нові моделі одягу, а глядачі цього шоу залишаються глядачами, то тут у глядачів є можливість самим зіграти «роль» модельєра, дизайнера або іміджмейкера.

Таким чином, створюється ситуація, в якій люди не лише споживають культурний продукт, а й приймають безпосередню участь в його створенні (розвитку, інтерпретуванні). Це задовольняє (якоюсь мірою, нехай і зовсім мізерною) потребу людей у творчій [207; 393] та соціальній самореалізації [268].

Звісно ж, практика вдягання скульптури або пам'ятника не є новаторством одеситів. Така традиція давно існує, наприклад, у Брюсселі, де час від часу вдягають у різний одяг, уніформи та національні костюми (в тому числі й в український) відомого на весь світ Міннекена Піса. Ця мініатюрна бронзова статуя-фонтан є не лише одним із символів Брюсселю, а й інтерактивним арт-об'єктом, хоча авторами таким він не замис-

лювався. Ідея вдягнути «хлопчика-дзюркунчика» належить, ймовірно, курфюрсту Баварському Максиміліану. Принаймні, за переказами, саме він вперше надіслав костюмчик для цієї скульптури у 1698 році. З того, власне, і пішла традиція, яка зараз виглядає як яскравий перформанс. Церемонія вдягання Манеккена Піса зазвичай проходить весело і урочисто, на ній присутні міські чиновники, грає духовий оркестр, завжди збирається публіка, що складається із мешканців міста, туристів, репортерів. Тобто невеличка архітектурна локація перетворюється на місце театралізованої вистави.

Не такою помпезною, але зворушливою, є традиція вдягання бронзової качки з каченятами у Центральному парку Бостона.

Цей пам'ятник створено за мотивами книжки з малюнками «Дайте дорогу каченятам» (“Make Way for Ducklings”) американського письменника Роберта Макклоскі, опублікованої в 1941 році. Пам'ятник зображає головну героїню казки – маму-качку Місіс Маллард та її вісьмох каченят, які, за сюжетом, оселилися в цьому парку. Автором ескізів до цього пам'ятника стала шанувальниця цієї казки Ненсі Шен. Пам'ятник швидко став «візитівкою» Бостона. Цим, до речі, у 1991 році скористалася Барбара Буш, подаривши його копію Раїсі Горбачевій на знак дружби і культурного обміну між країнами.

Качку з каченятами часто вдягають з різних нагод – свят, річниць історичних подій, політичних акцій тощо. Під час різдвяних свят їх вдягають у костюми Санта-Клауса; на Пасху – у шляпки з квіточками; під час протестного Маршу жінок у 2017 році їм всім надягли рожеві шапочки «з котячими вушками» і т.д. Таким чином, пам'ятник є не лише частиною предметного наповнення міста, а й стає учасником соціокультурних подій, які в цьому місті відбуваються, стає частиною всього того, чим живе місто. І це ще більше посилює його роль як символу міста, привносячи яскраву, зворушливу рису в імідж міста.

Тут, як і у випадку із Манеккеном Пісом, така функція пам'ятника на момент його створення не передбачалась. Вона

оформилася з часом, по мірі того, як все більше проявлялась любов до нього мешканців міста.

У випадку ж із арт-об'єктом «Древо пізнання» саме така його функція і передбачалась. Він замислювався як локація з певною театральністю. Проте, на відміну від театрального спектаклю, «спектакль» в «декораціях» цього арт-об'єкту є суто інтерактивним, бо передбачає:

– розвиток подій не за сценарієм, а спонтанно, з елементами імпровізації;

– необмежену кількість учасників – акторів, режисерів, драматургів, костюмерів, глядачів, критиків;

– відсутність часового обмеження «спектаклю» (відбувається або один спектакль з продовженням, або плавний перехід одного спектаклю в інший);

– можливість змін в сценографії (костюми, атрибути), що іноді суттєво впливає на генерацію нових сенсів та інтерпретацій;

– відсутність чіткого розмежування між «сценою» та «глядацьким залом», що обумовлює і відсутність границі між «театральною» комунікацією і соціальною.

Відсутність топографічних і комунікативних меж дозволяє поєднувати в одному перформативно-просторовому полі «театр» і вуличну виставу, свято і повсякдення, авторський «текст» і фольклор.

При цьому фольклорна складова постійно збільшується, що збільшує і підстави розглядати арт-об'єкт не лише як елемент міської архітектури, а й як місце соціокультурної активності людей, яка супроводжується (а іноді й спричиняється) комунікацією різних видів – соціальною, художньою, творчою.

Тому простір інтерактивного арт-об'єкту можна визначити як предметно-сміслову, системотворче явище, наділене театральними-креативними потенціями, які проявляються в соціокультурних комунікаціях різних видів.

## Висновки до розділу 5

Аналіз іміджмейкінгу як засобу театралізації соціокультурних комунікацій дозволяє зробити такі висновки.

1. Поширення практики театралізації на різні аспекти соціального життя, особливо там, де кожен сам собі актор і сам собі режисер, вимагає перефразування відомої максими про те, що «весь світ – театр, і люди в ньому – актори», на «кожна людина – театр». Тобто сучасний світ – це сукупність індивідуальних, особистісних театрів. Грають всі, грають щось спільне, і при цьому – кожен своє.

2. В «театрі» буття особливе місце посідає сценографія, до створення якої залучаються, зокрема, костюм та костюмні прикраси. Як носії інформації певного характеру, вони є активною складовою соціокомунікативного простору культури. В повсякденні такий простір може формуватись в ситуаціях, що вимагають від людини створення певного іміджу.

3. В сучасній трактовці терміну «імідж» (форма самопрезентації та спосіб впливу на оточення) під самопрезентацією слід розуміти й візуалізацію культурної ідентичності. Аналіз функцій костюмних прикрас у візуалізації культурної ідентичності людини як форми театралізації повсякдення показав, що причини виникнення культурних феноменів моди і театралізації життя схожі: в обох випадках здійснюються бажання людей «примірювати» на себе різні ролі.

4. Костюмні прикраси надають широких можливостей для особистих творчих експериментів з ідентичностями/іміджами у «театрі» повсякдення. Оскільки характерними рисами сучасного «театру» повсякдення, як і культурної ситуації в цілому, є динамічність, постійна зміна форм і станів, то і зміна іміджів (яка легко відбувається завдяки зміні прикрас та аксесуарів) сприяє цій соціокультурній грі.

При цьому змінюються і сценічні простори, які неодмінно виникають навколо людини «в образі». Такі простори характеризуються розділенням присутніх на «глядачів» та «акто-



рів», між якими відбувається обмін репліками, діями, критикою, тобто виникає відповідна система комунікації.

5. Сучасна теорія образу еволюціонує від сприйняття образу як простого знаку (плоскої «картинки», «іконки») до розуміння, що в деяких випадках образ може набувати більш складних і неоднозначних смислів, тобто виступати в якості символу. Особливо чітко це проявляється саме в тих образах, носіями яких є не екран з цифровими «картинками», а люди. Ці образи завжди залишають місце для інтерпретації інформації, яка за їх допомогою передається.

В цьому сенсі можна говорити, що концепція театральності соціокомунікативних проявів культури дозволяє «зібрати» в одній точці перформативну, просторову, медіальну, іконічну, семіотичну та інші концепції осмислення сучасних соціальних явищ і процесів.

6. Соціально-філософське осмислення культурних функцій інтерактивних арт-об'єктів в сучасному місті показує, що деякі з них можуть впливати на театралізацію міського середовища (окремих його локацій). Цьому сприяє здатність таких арт-об'єктів концентрувати в своєму просторі перформативні, семіотичні та соціокомунікативні прояви культури.

Обумовлюється такий процес театралізації міського середовища соціальною і творчою активністю людей, прагненням їх до ігрових форм буття, естетичних новацій та нових форматів соціальної комунікації. В практиці територіального іміджмейкінгу це зайвий раз доводить, що імідж міста складається не лише із зовнішньої атрибутики та історичної репутації, а й із специфічних рис населення, які, власне, і створюють особливий характер і неповторний «колерит» міста.

## **Розділ 6**

# **СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКІ ЗАСАДИ ТЕАТРАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ**

Публічна політика завжди орієнтована на пошуки найбільш ефективних способів комунікації з широкими масами (суспільством, населенням, народом, електоратом). Історичний досвід показує, що одним з таких способів є привнесення в процес комунікації елементів театральності.

Театралізація політики проявляється не лише у використанні в політичній риторичі таких словосполук, як «закулісні ігри», «маріонеточний режим», «політичні ляльководи», «політична авансцена» тощо, а й в активному привнесенні в різні види політичної діяльності елементів гри, ритуалу, перформансу. І чим більш розповсюдженим стає це явище, тим більш актуальними стають спроби вивчити його та осмислити [394].

### **6.1. Політика як гра**

В своїй книзі «Життя, гра, театральність» Анатолій Баканурський писав: «Раціоналізм Нового часу, який привніс

в суспільне життя серйозність, позбавив його елементів діонісійства, замінивши їх тверезим до нудьги аналізом буття, спробував витіснити ігрове начало із суспільного та приватного життя». І далі: «І все ж такі, усерйознення життя не могло придушити в людині однієї з біологічно притаманних їй якостей – гри» [5, с. 5]. Іншими словами, тут «усерйознення» прийнято в якості ознаки відходу від гри.

Але ж «усерйознення» – це також гра. Гра за іншими правилами, в рамках іншої (не діонісійської) драматургії.

Втім, перехід до «серйозних» ігор, підмічений А. Баканурським, можна пояснити усвідомленням комунікативних властивостей гри. Гри не ритуальної, де всі учасники є одночасно і акторами, і глядачами, а театральної, з розділенням на режисерів, акторів, глядачів.

Причому в «серйозних» іграх театральності навіть більше, ніж у «несерйозних». Бо в них «грають» з певною метою, з орієнтацією на певну цільову аудиторію (публіку). «Правильне» використання цього комунікаційного каналу дозволяє задавати правила «гри», контролювати хід «гри» і, як наслідок, досягати потрібного результату.

І тут спостерігається інша тенденція – чим серйознішою є «гра», тим більш несерйозним стає її зовнішній прояв. Це красномовно демонструє сучасна політика, де схильність до видовищності, перформативності все частіше викликає порівняння вже навіть не з театром, а з театром абсурду, буфонадою, а також із цирком (з виступами клоунів та ілюзійністів).

Несерйозність політичної гри, як зауважує С.П. Поцелуєв, парадоксально поєднується з серйозністю її тематичного змісту, що і породжує парадоксальне сприйняття того, що відбувається: свідомість глядача змушена сприймати все як реальність і як фікцію одночасно [395, с. 179].

При аналізі політичних перформансів зазвичай фокусуються на таких питаннях, як образно-виразні способи репрезентації влади та владних зазіхань; використання розважального компонента в медійних трансляціях політичних новин; ефективні методи та прийоми втягування в політичну комуні-

кацію; перформативні способи маніфестацій дискурсу протесту; використання жанрів політичного театру, політичного кліпу, політичного агітаційного відео в якості перформативних ресурсів політичної комунікації тощо [396]. Наводячи приклади політичних перформансів, У. Льницька перелічує інавгурацію президента, коронацію монарха, військові паради, авіа-шоу, присвоєння військових звань, урочисті засідання парламентів, судові засідання (з суддівськими мантиями) і т. ін. [397, с. 194]. Проте, всі ці приклади можна віднести, скоріш, до політичних ритуалів. Бо в них, як зауважує Н. Хома, є кордон між виконавцем і глядачем, в той час, як у перформансі кордон стирається, творчі «зигзаги» заохочуються, акцент робиться на взаємодії «сцени» і «глядацького залу», де рівноцінною є і роль дійових осіб, і аудиторії [398, с. 20].

## 6.2. Політика і ритуал

Існують політичні ритуали, які, маючи протокольний характер, не позбавляють їх учасників певної творчої свободи і не виключають заохочення «публіки».

Одним з прикладів такої ритуальності є практика офіційних церемоній висаджування дерев, яка тісно пов'язана із семантикою міфологічного символу Древа життя [399]. Цей образ присутній в первинних картинах світу майже всіх племен і народів, які коли-небудь населяли Землю. Деякі культурні традиції донесли цей символ і до наших днів. Це стало можливим завдяки тому, що інформація про цей символ передавалася від покоління до покоління одночасно декількома засобами: мовою, піснями, орнаментом. Тут проявилися відголоски синкретизму обрядовості, коли слово, жест, рух, рисунок, пісня поєднувалися в єдине ціле і були невід'ємні одне від одного.

Древо життя, або Світове древо, символізує єдність всього світу, воно є космологічною знаковою системою світо-

будови. В ньому поєдналися уявлення про час, простір, життя та смерть, соціальну організацію. Дерево – центр космосу, стрижень, навколо якого обертається життя, весь всесвіт. «Світове (космічне) дерево підтримує небо, корні його – у підземному світі, стовбур – між землею і небом, гілки простягнуті в космічний світ. Воно є, до того ж, деревом життя, пізнання, безсмертя, а також містом перебування богів і душ померлих людей» [400, с. 38].

Українські колядки донесли до нас давні уявлення про Древо життя як основний елемент, що задає структуру світу [248, с. 63]:

В нашого брата обгороджено.  
Ой дай Боже!  
Обгороджено, красно ометено.  
Серед подвір'я зелений явір.  
Під тим явором чорнії бобри.  
На восиридки – ярії пчоли.  
А на вершечку – сиві соколи...

В українській культурі образ Древа життя зберігся не лише в колядках, ліричних піснях, загадках, а й у вишитих рушниках, розпису посуду, ювелірних прикрасах, а також в ритуально-святкових атрибутах, таких, як новорічна ялинка, вербові гілочки на Вербній неділі, Тополя та багато інших.

Дерево, як елемент природи, що знаходиться між землею і небом, пов'язує ці два «світи», є центральним атрибутом релігійних обрядів не лише в західній культурі, а й в культурах Сходу. Наприклад, у В'єтнамі на Новий рік за місячним календарем проводиться ритуал, який поєднує символіку Древа життя і культ Онг Тао – духа землі, врожайності («тао» з в'єтнамської перекладається як «яблуко»). Головним дійством ритуалу є підняття палиці кейнеу, до якої на обручі кріпляться вирізані з легкого паперу фігурки риб – коропів, що перевтілюються у драконів, які уносять Онг Тао на небо [9].

Є ще багато ритуалів з міфопоетикою Древа життя, які з'явилися в далекій давнині, але практикуються й досі. Зрозумі-

ло, що в цих випадках дерева (або гілки) виконують, скоріше, декоративну функцію, ніж міфологічно-смыслову. Зараз все це формує святкову сценографію «театру» людського буття.

Але в політичному «театрі», в практиці церемонії висаджування дерев, символіка Древа життя збереглася майже без смислових трансформацій.

Президенти різних держав, лідери політичних партій та громадських рухів висаджують дерева, закладають парки та алеї. Як правило, ці акції називають посадкою Древа миру і дружби. «Лідери держав-членів ШОС в Шанхаї посадили дерево миру і дружби. Прекрасна і благородна магнолія в китайській культурі символізує натхнення, піднесення. 14 червня це дерево призвано засвідчити глибоку дружбу між державами-членами ШОС» (інтернет-видання «China.org.cn»). «На кордоні між Південною та Північною Кореєю відбулась історична зустріч між лідерами обох країн... У якості символічного жесту вони посадили сосну на демаркаційній лінії в демілітаризованій зоні... На табличці, встановленій біля дерева, вигравіювано напис: «Тут пустили коріння мир і процвітання» («24 канал», 27 квітня 2018 р.). «Президент Панами Хуан Карлос Варела Родригес, який прибув до Ізраїлю з офіційним візитом, посадив оливкове дерево у Гаю Націй в Єрусалимському лісі» (інформаційна агенція «Cursorsinfo», 17 травня 2018 р.). «Дональд Трамп та Емануель Макрон посадили на лужку Білого Дому саджанець дуба, який подружжя Макрон привезло у подарунок з Франції» (газета «Факти», 24 квітня 2018 р.).

При цьому, як правило, мається на увазі, що державні мужі не просто озеленяють місцевість, а закладають основи нового життя, процвітання і таке інше. «І виростив Господь Бог з землі всяке дерево, приємне на вид і гарне для їжі, і дерево життя посеред раю, і дерево пізнання добра і зла» (Бут. 2.9). Не інакше, як саме цю роль беруть на себе політики, особливо – президенти, і саме у такому контексті посилають вони меседжі своєму електорату.

Екс-президент України Віктор Ющенко намагався вирощувати не лише дерева, «приємні на вид і гарні для їжі», а й

не менш приємні на вид кущі. Керуючись відомим виразом «Без верби і калини нема України», він активно висаджував калину не тільки біля Секретаріату Президента, а й на території меморіального комплексу пам'яті жертв Голодомору. Причому той факт, що кущі, посаджені саме президентом, не дали плодів, мало яке періодичне видання залишило без уваги. Детально описувалися чахлі гілочки без ягід та листя. Як вираз, повний фатального символізму, наводилися слова агронома Володимира Волкова про те, що «у калини президента слабке коріння» (газета «Сегодня.ua», 31 липня 2009 р.).

Така ж сама доля спіткала і саджанець дубу, який був посаджений Трампом та Макроном на галявині Білого дому. І, знову ж таки, мало яке із світових ЗМІ не повідомило про те, що це дерево загинуло. «Ймовірно, воно не змогло нормально пустити коріння в ґрунті», – повторювали різні ЗМІ різними мовами. Цікавим тут є те, що багатостраждальний дуб зник з галявини Білого дому майже одразу після висадки – у квітні 2018 року. Проте «офіційне» повідомлення про його загибель з'явилося в мас-медіа майже рік потому. Чи не тому, що ця «новина» супроводжувалася нагадуванням про те, що дерево було посаджене «на знак міцних зв'язків між двома країнами»? І ось – не вкоренилося. Щось пішло не так?

Хай там як, але ця практика цікава ще й тим, що, зберігаючи своє смислове навантаження, піддається і сучасним соціальним трансформаціям, зокрема, гендерним.

Здавалось б, стійкий стереотип потребує саме від чоловіків: виховати сина, побудувати дім та посадити дерево. Але ж жінки, що опинилися в політиці (або біля неї), намагаються показати, що готові поєднувати і роботу, і дім, і присадибне господарство. До цього PR-прийому люблять звертатись дружини президентів Сполучених Штатів Америки. В 1943 році, під час Другої Світової Війни, Елеонора Рузвельт, дружина тридцять другого президента США, вперше розбила город в саду Білого дому. На цьому городі вирощувалися фрукти, овочі та зелень. Перша леді країни намагалася особистим

прикладом показати американцям, як можна забезпечити себе продуктами в кризові часи.

2009 рік в США ознаменувався черговою кризою і черговим городом на лужку Білого дому. Цього разу його розбила Мішель Обама. Мас-медіа наперебій повідомляли деталі посівної кампанії: «Мішель Обамі допомагали 25 учнів однієї з начальних шкіл. Вони посадили салат різних сортів, цибулю, зелений горошок, огірки та декілька інших видів зелені» (газета «Корреспондент», 6 квітня 2016 р.). Зрозуміло, що основна мета цього заходу – не пропаганда здорового харчування (як запевняла Мішель Обама), а спроба пов'язати ім'я Барака Обами з ім'ям Франкліна Рузвельта – одного з найбільш популярних і знакових президентів в історії США. І щоб там не писали ЗМІ з цього приводу, жоден з них не обійшовся без відсилки до історії «Городу перемоги» Елеонори Рузвельт.

З всіх жінок-політиків (принаймні, українських) лише Юлія Тимошенко рішуче взялася за лопату, щоб посадити не моркву чи квіточки, а дерево. Коли у жовтні 2018 року, вона перебувала з візитом у Кам'янець-Подільському національному університеті з нагоди його 100-річчя, їй запропонували посадити дерево на алеї біля вузу. Юлія Володимирівна не відмовилась. І потім місцева преса із захватом описувала, як вона «хвацько взялася за лопату, незважаючи на високі підбори» (газета «Vdalo» від 22 жовтня 2018 р.).

Так чи інакше, але практика політичних піар-технологій показує, що символіка Древа життя настільки міцно «вкоренилася» у підсвідомості людей, що служить ефективним інструментом впливу на сприйняття іміджу того чи іншого державного діяча, того чи іншого політичного заходу. І, судячи з всього, цей інструмент ще довго не втратить своєї актуальності.



### 6.3. Політика – «театр» чи «цирк»?

Популярним видом перформансів, які влаштовують сучасні політики, стають костюмовані вистави. Іноді це є останньою можливістю «докричатись» до можновладців. Так, наприклад, 10 серпня 2018 року Dailymail повідомила про те, що індійський політик Нарамаллі Сивапрасад з'явився у парламенті, вдягнений, як Адольф Гітлер. Політик приклеїв собі вуса із зубної щітки та вдягнув піджак кольору хакі зі свастикою на рукаві. При зустрічі з колегами він використовував нацистське привітання. Свій вчинок політик пояснив тим, що хоче добитись більше бюджетних коштів для розвитку свого штату на півдні Індії.

У жовтні 2018 року один з представників української делегації у ПАРС, Олексій Гончаренко, виступав на сесії в гуртових рукавицях. Журналістам він пояснив, що це – символічний акт для попередження про «токсичність» і небезпеку, яка виходитиме від російської делегації (після скандалу з отруєнням Скрипалів у Солсбері). Але ведуча засідання не оцінила цей демарш. Розкритикувавши зовнішній вигляд депутата, вона порадила йому не вести себе «як на театральній сцені».

Мабуть, в залі ПАРС ця порада є доречною, але в загальному полі сучасної політики вона не дуже актуальна.

Погляд на політичне життя як на театр, призвів навіть до того, що у Німеччині у 2004 році колектив редакції німецького сатиричного журналу «Титанік» під керівництвом Мартіна Зонненборна заснував політичну партію під назвою «Партія». Ця лаконічність запозичена авторами із досвіду сатиричних кабаре. Одне з найпопулярніших у Німеччині називається просто – «Заклад». Тобто, таким чином засновники партії «Партія» одразу заявили про те, що громадську та політичну дискусію мають намір вести саме у такому, «театральному», форматі, бо вважають його найбільш адекватним в умовах, що склалися.

Появу партії було сприйнято спокійно, більшість конкурентів розмірковувала так: нехай сатирики бавляться, все одно

серйозна політика – не для них. Проте «Партія» не збиралась діяти як всі – включатись в політичні дискусії, ганьбити супротивників, захищати соратників. Більш того, вона навіть не робила ставку на студійну сатиру в рамках кабаре або журналу. Фундатори «Партії» хотіли перетворити на театр все політичне життя країни.

На виборах в 2017 році партія висунула кандидатом у канцлери відомого кабареїста турецького походження Serdar Somuncu. Його передвиборчий лозунг: «Більше лисини, ніж у Шульца, більше Гітлера, ніж Ердоган».

В Україні театралізація політичного життя дійшла вже до того, що політики один одному вручають «Оскара» за акторську майстерність, як у вересні 2017 року в ефірі TV програми «Свобода Слова» Олексій Гончаренко вручив копію відомої статуетки Юлії Тимошенко.

Яким би провокаційним це не виглядало, але акторська майстерність і справді є важливим елементом іміджу політика як публічної персони. Відомо, наприклад, що Муссоліні годинами репетирував свої промови перед дзеркалом, підбираючи найбільш ефектні фрази, жести, пози. Сучасним політикам, які постійно виступають не лише з трибун, а й з телеекранів, артистизм потрібен ще більше.

А якщо політики мають бути акторами, то чому актори не можуть бути політиками?

Це питання сколихнуло політичний дискурс в січні 2019 року, коли відомий український комедійний актор Володимир Зеленський оголосив про свій намір поборотися за пост голови держави на наступних виборах. Політики, політичні експерти, журналісти, політологи, філософи, громадськість почали активно осмислювати феномен присутності акторів у політичній сфері. Згадали Рональда Рейгана, який був президентом США з 1981 по 1989 роки; Арнольда Шварценеггера, який був губернатором Каліфорнії; Марьяна Шарца, прем'єр-міністра Словенії, лідера партії «Позитивна Словенія» і за сумісництвом – відомого коміка та пародиста; Луку Максимовича, сербського коміка, лідера партії «Чи пробували ви

САРМ?» (сарм – балканський варіант голубців); Беппе Грілло, який заснував партію «П'ять зірок» в Італії, та інших.

Найбільш показовою в цьому плані є ситуація з ісландським коміком Йоном Гнарром, який у 2010 році став мером Рейк'явіку. На вибори він йшов від партії під назвою «Найкраща партія», яку заснував зі своїми колегами та друзями-анархістами. Їх передвиборча кампанія проходила у форматі гострої сатиричної пародії на сучасну політику. Наприклад, «Найкраща партія» позиціонувала себе, як «відкрито корумповану» і урочисто обіцяла не виконувати своїх передвиборчих обіцянок. А обіцяла ця партія своїм виборцям безкоштовні полотенця у басейнах, знайти білого ведмедя для зоопарку, відкрити «Диснейленд» в аеропорті Рейк'явіку та «очищення в політиці».

«Нашою передвиборчою стратегією стало створення нового світу, протилежного існуючому, – пояснювала після перемоги керівник передвиборчого штабу Хайда Хельгадоттір. – Політика визначається літніми чоловіками, які обмінюються їдкими пігулками. Ми ж зробили ставку на життєвий досвід, щирість і гумор. І у нас був ідеальний кандидат. Йон – майстер стендапу з відмінним почуттям міри. І він досконало володіє тим, що так важливо для гарного політика – винятковим чуттям аудиторії» (інформаційна агенція «Волинські новини», 2 січня 2019 р.).

Не вдаючись до аналізу результативності політичної діяльності всіх цих осіб, дослідники насамперед намагаються окреслити та осмислити саму тенденцію – і щодо присутності акторів у політиці (та їх перемог над іншими кандидатами на виборах), і щодо театралізації сфери політики взагалі. Частіш за все її пояснюють формуванням «суспільства споживання» та «суспільства спектаклю». Політична сфера все більше нагадує не лише театр, а й ринок розважальних шоу, де конкурують актори, акторські ампула, ляльководи, продюсери, сценарні групи і, звісно ж, режисерські школи. Як зауважує М. Напсо, «суспільство споживання сформувало цілу армію

«режисерів-постановників», зайнятих підготовкою спектаклів за заданою темою – від мистецтва до політики» [401, с. 1217].

До характеристик цієї ситуації іноді додають таку, як карнавалізація. Але ця характеристика тут проявляється не зовсім однозначно. Бо сутність карнавалу полягає не лише у соціальному «перевертанні», коли слуги стають панами, а пани – слугами, коли відміняються всі традиційні табу, коли міняються місцями серйозне і блазнівське, а й в тому, що це перевертання є тимчасовим, точніше – короткочасовим. Лише на декілька днів, або навіть годин блазень може стати королем. А потім все повертається до попереднього ладу [201]. Проте в сучасній політиці цей стан тягнеться роками. До того ж, чи справді відбувається «перевертання», а не злиття, змішування соціальних ролей та політичних амплуа? І чи дійсно йдеться про порушення традиційних табу, а не руйнування самого цього поняття?

Доводячи до абсурду ситуацію зі змішуванням ролей у політичному «театрі» (або у новому форматі політичного «карнавалу»), інший кандидат у президенти України, екс-міністр екології та природних ресурсів (2014 – 2015) Ігор Шевченко вирішив за допомогою передвиборчої агітації знайти собі дружину. Про це він написав на своїй сторінці у соціальній мережі та на біл-бордах: «Хочеш стати дружиною Президента? Ігор Шевченко шукає кохану». Яку роль в даному випадку грає політик – роль кандидата у президенти чи роль кандидата у наречені, роль політика або роль клоуна у політиці?

Це, до речі, стосується і Володимира Зеленського, вже не лише, як кандидата у президенти, а й як президента України. Попре те, що опоненти міцно закріпили за ним ярлик «клоун», ступінь самостійності цієї фігури дає підстави деяким політичним експертам вбачати в ній роль, скоріш, «маріонетки». Про це свідчить, наприклад, застереження директора Київського центру політичних досліджень і конфліктології Михайла Погребинського: «Такі люди небезпечні, тому що вони не мають стійких світоглядних установок і можуть стати

іграшкою в руках досвідчених інтриганів» (канал «NesOne», 11 січня 2019 р.). Отже, «клоун», як самостійна фігура, або «маріонетка», як іграшка в чужих руках? Або й те, й інше? Складна, «гібридна» роль?

З'ясування, чи є «клоун» самостійною фігурою в політичній грі, потрібне для визначення його функцій як блазня або як трикстера. Якщо він «блазень», то виконує лише комунікативну функцію – як посередник у відносинах між певними політичними групами або персоналіями (за аналогією з блазнями при королівських дворах середньовічної Європи [201]). Як що він «трикстер», то його функція полягає в активній діяльності, націленій на руйнування «старого», застарілого, неактуального (через порушення норм і правил, дискредитацію цінностей тощо). Не створюючи нічого нового (це функція «культурного героя»), він готує простір для його появи. Така діяльність потребує якщо не абсолютної, то значної свободи дій. А це передбачає, що «трикстер» має бути фігурою самостійною, незалежною. Чи є такі серед «клоунів» (або не «клоунів») українського політикуму?

Продовжуючи тему «клоунади» у передвиборчій кампанії в Україні 2019 року, головний редактор газети «Горожанин» Віталій Теплов намагався пов'язати її не лише із персональними зазіханнями кандидатів, а й із загальною соціально-політичною ситуацією, що склалася у країні. «Ці вибори, – писав журналіст, – самі по собі задають клоунівську повістку дня. У відповідності до закону емоційних хвиль, на якому базується вся драматургія. Навіть у фільмі жахів жахіття має бути строго дозованим... Адже неможливо дві години поспіль ужасатись, потрібне перемежування емоцій... Надрив 14-го року має змінитись іншою хвилею. П'ять років у стані надриву не проживе жодне суспільство. Власне, ми вже бачимо елементи клоунади, які були б неможливими на всіх минулих виборах, але легко вписуються у фабулу цього року» (сторінка у Facebook, 4 січня 2019 р.).

## 6.4. Костюм і костюмні прикраси як складові сценографії та драматургії в політичному «театрі»

Хай там як, а тенденція до театралізації політичної сфери стає все більш очевидною. І в цьому процесі набуває вагомості зовнішня складова іміджу політика. Це обумовлено прагненням не лише до візуалізації певних рис «образу», а й до пошуку додаткових каналів комунікації з «публікою».

Одним з таких «каналів» є костюмні прикраси та аксесуари, які зазвичай сприймаються як доповнення до іміджу політика, як частина загальної сценографії, а не як важливий елемент драматургії.

Втім, є багато прикладів, які свідчать про активну роль костюмних прикрас в політичному «театрі» [402].

В періоди революційних переворотів, коли прояви театрального в політичних процесах стають особливо явними й актуальними, саме костюмна атрибутика дозволяє втягти в політичний «театр» максимальну кількість членів суспільства, роблячи їх не лише глядачами, а й учасниками.

Так, в 1790 році у Франції представники опозиційної аристократичної молоді ввели в моду чорні фраки – на знак жалоби за монархією. Жіноча мода також не залишилась осторонь: кокетливі шляпки були замінені головними уборами, які нагадували каски, а діаманти в каблучках – камінням зі стін Бастилії. «Протистояння» політичних таборів того часу виражалось і в тому, що з одного боку увійшли у моду сережки зі скла з гравіруванням «Батьківщина», а з іншого – черепахові каблучки з написом «Бережи короля» [403].

Щось подібне можна було спостерігати і в Україні 2014 року. В якості протесту проти прийняття авторитарних законів від 16 січня 2014 року, які, зокрема, забороняли носіння масок і шоломів під час мирних вуличних акцій, учасники народного віча приходили у каструлях, мисках, друшляках, будівельних та військових касках на головах. Ці «головні убори», прикрашені жовто-блакитними стрічками та квіточками,

звичайно ж, не стали модою, але увійшли в історію, як атрибути специфічної сценографії українського політичного «театру».

Використання одягу як символу соціального протесту стало своєрідною модою у сучасних протестних акціях. Досліджуючи цей феномен, Анастасія Воронкова, наприклад, згадує 75 церемонію вручення премії «Злотий глобус» у січні 2018 року, коли «зірки» вийшли на червону доріжку в чорних сукнях, виразивши у такий спосіб свій протест проти насилля над жінками та дискримінації за статевою ознакою в кіноіндустрії [404].

Згадалися і в'язані рожеві шапочки з «котячими вушками» (pussy hats), які стали символом протестного Маршу жінок у січні 2017 року. Марш сформувався із супротиву намаганням Республіканської партії США позбавити федеральної підтримки організацію Planned Parenthood, яка надає медичні послуги із забезпечення здоров'я матері і дитини. В ході передвиборчої кампанії Дональд Трамп пообіцяв не надавати фінансування Planned Parenthood, поки там роблять аборти. Демонстрантки, що вийшли на вулиці, вважали неприпустимим таке втручання політиків у справи, які стосуються лише жінок та їхнього здоров'я. Згодом акція вийшла за кордони США і відбулась в великих містах інших країн з розширеними лозунгами проти різних видів дискримінації.

Річницю президенства Дональда Трампа у січні 2018 року було відзначено також жіночими протестами, де окрім рожевих шапочок і плакатів з лозунгами «Місце жінки – у Білому домі», були і плакати такого змісту: «Обери клоуна – чекай цирку!»

Трамп відреагував на ці акції в Twitter: «Гарна погода по всій країні, гарний день для того, щоб жінки вийшли на марші. Виходьте зараз туди, щоб відсвяткувати історичні події та безпрецедентний економічний успіх і створення благополуччя, які сталися протягом останніх 12 місяців. Найнижчий рівень безробіття серед жінок за останні 18 років!»

Тобто ще раз бачимо, що тема «клоуна» та його ефективності у владі є актуальною не лише для українського політикуму.

Щодо використання елементів одягу у протестних акціях, то в цю тенденцію вписуються і «жовті жилети», які стали

спочатку маркером, а потім і символом протестного руху в Європі наприкінці 2018 – початку 2019 років.

Часто одяг, прикраси та аксесуари використовуються не лише у масовому політичному «театрі», а й в індивідуальному. В контексті соціальної комунікації вони грають іноді навіть більш суттєву роль, ніж іміджеві стратегії, бо можуть бути носіями конкретної інформації.

Найбільш плідно знаково-символьним змістом прикрас для комунікації користуються політики-жінки. Для деяких з них прикраси і аксесуари стають засобами для політичних жестів та заяв.

Особливої майстерності в цьому досягла Мадлен Олбрайт – колишній постійний представник США в ООН, а пізніше – держсекретар США.

У 1994 році у відповідь на гостру критику Олбрайт на адресу Саддама Хусейна в іракській пресі були опубліковані вірші, в яких її було названо «неперевершеною змією». На наступній зустрічі з офіційними представниками Іраку Мадлен Олбрайт з'явилася з брошкою у вигляді золотої змії.

З того випадку вона й почала носити брошки, які демонстрували її політичну позицію, і з часом розробила власну дипломатичну мову брошок. А пізніше навіть написала про це книгу «Читай по моїх брошках: історії з дипломатичної шка-тулки для коштовностей».

Цією вигаданою Мадлен Олбрайт грою «у брошки», як засобом комунікації, скористалася одного разу дружина Іцхака Рабіна Лія, подарувавши їй коштовну брошку у вигляді голуба. До подарунка вона додала записку: «Навіть голуби потребують підтримки». Важко сказати, наскільки цей «меседж» вплинув на політику Олбрайт щодо Ізраїлю, але з тих пір вона завжди була «голубом миру» для цієї країни.

Інший американський політик, экс-губернатор Аляски Сара Пейлін, також використовувала прикраси у відповідності до ситуації. Коли вона була кандидатом у президенти США, на одній із зустрічей з виборцями вона з'явилася з кулоном у вигляді зірки Давида. На запитання журналістів, чому хрис-



тианка носить цей символ, вона відповіла, що надягла його на честь річниці з'єднання Єрусалиму. Ще одного разу вона надягла цей кулон під час візиту до Ізраїлю.

Однак, чи завжди «меседжі», які посилаються за допомогою прикрас, зчитуються правильно?

В 2004 році під час офіційного візиту до Росії Мадлен Олбрайт носила дві брошки у вигляді повітряних кульок. Російська преса поспішила інтерпретувати це як віру Олбрайт у підйом та відродження Росії. Оптимізм російських ЗМІ можна зрозуміти, але чи дійсно саме це мала на увазі Мадлен Олбрайт?

Так чи інакше, але ЗМІ охоче втягуються в цю прикрасо-комунікативну гру, доводячи її іноді до рівня політичних скандалів.

Наприклад, у 2006 році в Україні розгорівся гучний скандал, пов'язаний із жемчужним намистом Юлії Тимошенко. Виступаючи у парламенті, депутат від Партії регіонів Євгеній Кушнар'юв, критикуючи популізм лідера БЮТ, заявив: «Одного намиста Юлії Тимошенко вистачить для того, щоб нагодувати декілька середньостатистичних людей протягом декількох років» (газета «Кореспондент», 6 жовтня 2006 р.). Після цих слів Тимошенко встала зі свого місця у сесійній залі, підійшла до трибуни, зірвала з себе намисто і кинула його в Кушнар'юва.

Депутат від КПУ Кравченко запропонував віддати намисто лідера БЮТ на експертизу, щоб вияснити, скільки воно коштує. На що Юлія Тимошенко відповіла: «Там немає жодної справжньої перлини. Це звичайна біжутерія».

Далі почалися експертизи (або їх імітація), журналістські розслідування та численні публікації.

Тема виявилася настільки зворушливою для широкого загалу, що навіть гумористичні телешоу не обійшли її увагою. Наприклад, у «95 кварталі» жартували про те, що «Юлія Тимошенко являється обладательницею самой дорогой коллекции самых дешёвых бус».

Зрозуміло, що справа тут не в намисті як такому. І не в перлинах. Адже жемчужні намиста – звичайна прикраса. Для політиків-жінок – навіть протокольна. Але в даній ситуації вона стала інструментом для створення певного інформаційного середовища (з широким діапазоном інтерпретацій) навколо конкретного політика.

Втім, Юлія Тимошенко – далеко не єдина, хто опинявся в епіцентрі скандалу зі своїми прикрасами та аксесуарами. Брошка (музейний раритет) на одязі Катерини Ющенко в день інавгурації її чоловіка в президенти України, сумка від Chanel Анни Герман, намисто Марії Захарової та інші прикраси і аксесуари в різні часи оживлювали драматургію політично-го «театру».

Про те, що люди схильні бачити в костюмних прикрасах не лише естетичну складову, а й інформаційну, миттєво співвідносячи її з контекстом, говорить і випадок з британською принцесою Кентською, яка вимушена була вибачатись за свою брошку в стилі blackatooг. Ця прикраса, яка традиційно зображує арапа-слугу, була на принцесі під час різдвяного обіду у королеви Єлизавети II. Користувачі соціальних мереж гнівно осудили вибір принцеси, вирішивши, що «расистська» брошка ображає наречену (на той момент) принца Гарі Меган Маркл, яка має афроамериканське коріння. Інтерпретація знаково-символьного змісту прикраси тут явно отримала перевагу, бо з великої кількості критиків мало хто звернув увагу на поганий смак, на невиправдано великий розмір брошки, на невдале поєднання її із костюмом. Втім, скоріш за все, саме цей дисонанс і змусив «публіку» звернути увагу на смисловий зміст прикраси.

В результаті – хотіла того принцеса чи ні, але її брошка стала ще одним приводом для громадської дискусії про базові європейські цінності.

Питання про цінності часто постає у тих випадках, коли політики «заграються» в свій «театр», намагаючись перетворити на шоу навіть трагедії. Так сталося, наприклад, після теракту в Новій Зеландії в березні 2019 року, коли терорист влаштував стрілянину в мечетях міста Крайстчерч, в результа-

ті чого загинули біля півсотні людей. На зустріч з тими, хто вижив в цій бійні, прем'єр-міністр Джасінда Арден з'явилась у хіджабі. Звісно ж, світові ЗМІ стали подавати цей вчинок як акт неймовірної відваги, людяності та співчутливості до мусульман з боку владної особи. Цей жест, точніше, широке його висвітлення в мас-медіа, зробили Джасінду Арден популярною у всьому світі. Проте на батьківщині її вчинок був розкритикований, сприйнятий як піар. Особливо після того, як його намагалися перетворити на перформанс: була організована (ким?) акція «Хустка заради гармонії» (#headscarfforharmony), в рамках якої всім громадянам Нової Зеландії пропонувалося надягти хустку або хіджаб (газета «Kurier» від 22 березня 2019 р.). Те, що світовій спільноті подавалося, як драматична подія всенародного масштабу, місцевим загалом було сприйнято, як фарс. Адже не перформансу з перевдяганням очікують люди від представників влади.

Ситуація виявилася занадто делікатною в плані основних людських цінностей, щоб не викликати різних реакцій, оцінок, трактувань.

Отже, і в цьому випадку костюм політика, представника влади спровокував дискусію щодо ціннісних аспектів соціальних відносин.

Всі ці приклади підтверджують особливу роль костюму і костюмних прикрас в соціокультурних комунікаціях. Як предмети культури з широкими семантичними можливостями, вони служать зручним засобом оперативної передачі інформації будь-якого характеру: від естетичних вподобань їх носіїв до гучних політичних заяв та жестів.

У випадку, коли прикраси застосовуються для передачі певних повідомлень, слід звернути увагу на інтерпретаційний характер такої інформації. Тут заміна прямого повідомлення на знаково-символьну форму є запрошенням адресата до своєрідної гри в трактовки, смислові інтерпретації.

Це, з одного боку, робить процес спілкування політика із «публікою» більш емоційним, жвавим, що сприяє розширенню аудиторії, але, з іншого боку, – привносить в комунікацію,

як в процес передачі інформації, елемент інтерпретації, що часто призводить до смислових деформацій. Втім, в деяких політичних технологіях це і є метою. Тобто іноді метою є не діалог, а його імітація (що змусило С.П. Поцелуєва навіть ввести поняття політичного парадіалогу, як квазі-художньої пародії на діалог [395, с. 168]).

Викривлення комунікації може також відбуватись внаслідок надання неповної інформації або штучного зміщення акцентів з одних подій на інші [405; 406]. Тому ефективність комунікації в політичній сфері слід оцінювати не за якістю передачі інформації, а за відповідністю «технологічним» цілям і завданням.

До цієї гри в смислові інтерпретації, як бачимо, охоче долучаються ЗМІ, які у політичному «театрі» є і «сценою» для сучасних політиків-«акторів» [407], і дискусійним майданчиком для політичних експертів, і (все частіш) «режисерами» певних подій, здатними надавати власні інтерпретації, зміщувати акценти, розпалювати або гасити скандали тощо.

Як зауважують Г. Чміль та Н. Корабльова, «ми можемо по-різному ставитись до мас-медіа, але медіа створили власну реальність. Тому можна спиратися на знання про неї, відсторонюватись від неї, критикувати, давати свої оцінки, прогнози... Медіа-реальність – реальність всіх, а не для всіх, у цьому статусі вона стає онтологічною умовою існування людини» [69, с. 66].

Отже, посилення впливу ЗМІ на театралізацію політичної сфери (як і на театралізацію буття взагалі) потребує подальших, більш глибоких досліджень.

## 6.5. Практика аплодисментів у політичному «театрі»

Ще одна театральна практика, без якої важко уявити політичну сферу, – оплески під час виступів політиків [408].

Традиція плескання у долоні наприкінці різних сценічних видовищ (театру, цирку, боїв гладіаторів тощо) зародилася (за словником Брокгауза та Ефрона) у Давньому Римі. Там аплодисменти поділялись на три види:

- *bombi* – шум, схожий на гудіння бджіл;
- *imbrices* – імітація дощу, що падає на дах домівки;
- *testae* – імітація тріску глиняних горщиків, коли вони розбиваються.

Зараз градація аплодисментів є не такою строгою, але все ж такі існують відмінності між бурхливими оплесками, овацією, ріденькими оплесками тощо.

Оплески дозволяють глядачам показати своє схвалення вистави (або окремих її сцен), виразити захоплення грою акторів.

Тому так полюбляв аплодисменти на свою адресу римський імператор I століття Нерон, задля отримання яких він часто брав участь у змаганнях поетів та співаків. Коли оплесків йому не вистачало, влаштовував виступи перед власними слугами, змушуючи їх аплодувати.

І саме тому у політичному «театрі» аплодисменти – «бурхливі, тривалі оплески, що переходять у нескінченну овацію» (кліше радянських часів) – часто використовують для демонстрації «народної любові» до чергового лідера. В щирість цих «бурхливих оплесків» майже ніхто не вірить (ані «актор», ані сама «публіка»), але відмовляться від них «режисери» політичного «театру» не збираються. Бо психологічно-соціальні властивості цієї практики дозволяють використовувати її з подвійним ефектом – не лише задля втіхи марнославства оратора, а й для впливу на публіку.

Нещодавно цей ефект було досліджено групою шведських вчених (публікація в “Journal of the Royal Society Interface”). Вони встановили, що якість вистави або виступу не завжди є головним чинником, що впливає на інтенсивність та тривалість оплесків у залі. Аплодисменти є «заразними», і тривалість овації залежить від поведінки інших глядачів: достатньо декільком людям почати плескати у долоні, як всі починають робити теж саме. Вчені вважають, що аплодисменти є різновидом «соціальної інфекції», яка може бути ілюстрацією того, як певні ідеї або типи поведінки стають модними або виходять з моди [409].

Проте неможна сказати, що цієї властивості аплодисментів не знали раніше. Адже саме на ній будувалась практика найму людей для оплесків у європейських театрах. У Франції, наприклад, таких найманців називали «клакерами», «римлянами» (за походженням від римської традиції), «лицарями люстри» (за місцем їх розташування у залі – під люстрою). Починаючи аплодувати, вони, з одного боку, мали створити враження про успіх вистави або виступу, а з іншого – втягнути в цей процес решту глядачів.

Цією практикою, до речі, користуються в корпорації Apple, намагаючись психологічними заохочувальними прийомами компенсувати низьку зарплатню працівників своїх магазинів. Після процедури найму на роботу новачка вітають всі працівники магазину аплодисментами у форматі стоячої овації (нібито той виграв якийсь приз). Оплески продовжуються доти, доки розгублений новачок не почне плескати у долоні сам, перетворюючись із стороннього споглядача на учасника події, ставши частиною команди. Коли працівник залишає компанію, його також проводжають аплодисментами.

Оплесками в магазинах Apple зустрічають також нові товари та покупців, які простояли в черзі всю ніч. «В мене руки боліли від всіх цих аплодисментів», – скаржився один з менеджерів [410]. Оплески, схвальні вигуки, зображення захопленого втягнення мають забезпечити такий собі соціальний

клей, який єднає команду, знов і знов підтверджуючи дух бренду та культову відданість йому з боку працівників.

Цим, до речі, пояснюється і прагнення організаторів публічних виступів політиків збирати якомога більшу аудиторію (тоді до ефекту «соціальної інфекції» додається ще й ефект натовпу).

Тобто якщо більшість театральних прийомів, які застосовуються в політичній сфері, націлені на підвищення ефективності комунікації між політиками та «публікою», то «бурхливі оплески» мають лише імітувати цю ефективність: нібито всі все зрозуміли і гаряче підтримують. Тут, як і в рекламі, спрацьовує суто театральний ефект – коли глядачі одночасно і не вірять, і вірять у все, що відбувається на сцені.

Підтримувальною функцією аплодисментів (хоча й віртуальних) скористався і президент України Володимир Зеленський у своїй промові на засіданні Конституційного суду України з розгляду питання про конституційність президентського указу про розпуск Верховної Ради і призначення позачергових виборів. В якості аргументу на користь свого рішення президент сказав, що громадяни не просто не довіряють владі, рейтинг парламенту – на рівні чотирьох відсотків, «народ аплодує рішенню про розпуск Верховної Ради» (офіційне інтернет-представництво «Президент України», 11 червня 2019 р.).

Втім, в політичному «театрі» оплески можуть стати і своєрідною формою політичного жесту – іноді досить красномовного.

Так, наприклад, сталося на Мюнхенській конференції з безпеки у 2019 році. Західні ЗМІ довго і активно обговорювали контраст між оглушливими аплодисментами, які отримала під час виступу канцлерка Німеччини Ангела Меркель, і гнітючою тишею, яка повисла у залі замість оплесків у відповідь на привітання віце-прем'єра США Майка Пенса від імені Дональда Трампа (не було навіть «аплодисментів ввічливості»). Ця ситуація стала приводом для певних висновків не менш вагомим, ніж власне доповіді ораторів.

До оплесків, як засобу виразити своє ставлення до опонента, вдалася і американська політик-демократка Ненсі Пелосі. Після промови Дональда Трампа перед Конгресом США у лютому 2019 року вона настільки «картинно», «театрально» поплескала у долоні, що важко було не вбачити в цьому жесті відвертого знушання. За цей вчинок у соцмережах її прозвали «королевою сарказму».

Ці приклади зайвий раз доводять, що у політичному «театрі» використовується майже весь творчий і практичний арсенал, який був напрацьований театральним мистецтвом для ефективної комунікації між акторами (драматургами, режисерами) та публікою.

Автори монографії «Нова культурна реальність як соціодинамічний процес людинотворення через ролі» (Ю. Богущкий, Н. Корабльова, Г. Чміль, 2013) попереджали, що «надмірна політизація ролей в сучасному українському суспільному житті ховає в собі небезпеки, що складні життєві проблеми можна вирішити простими шляхами перерозподілу ролей у новій партитурі соціальної і політичної взаємодії» [1, с. 14].

В останні роки бачимо (і не лише в Україні, а й у багатьох країнах світу) не стільки надмірну політизацію соціальних ролей, скільки, навпаки, надмірну театралізацію політичних ролей. Проте це робить застереження експертів ще більш актуальним. Бо спокуси попупізму лише посилюються, і сучасна людина все більш охоче співпереживає черговому Лідеру нації у його проєкті «перебудови світу». В політичному «театрі» змінюються декорації, оновлюється акторський склад, усучаснюються спецефекти, але основних законів жанру «п'єса» не порушує (якою б новаторською, і навіть революційною, не здавалась постановка).



## Висновки до розділу 6

1. Аналіз проявів театрального у політичній сфері показує, що основною причиною цих проявів є прагнення до підвищення ефективності комунікації політиків із суспільством, і громадськості із політиками.

Поєднання в політичних «виставах» гри, перформансу, ритуалу, карнавалу, маскараду дозволяє:

- привернути увагу опонентів;
- продемонструвати солідарність із протестним рухом;
- сформуванню імідж відповідно до ролі/амплуа, яку політик виконує у політичному «театрі»;
- створити додаткові канали комунікації політика із «публікою» тощо.

2. У тих випадках, коли на меті є не ефективність комунікації між політиками і «публікою», а лише її імітація, арсенал театральних прийомів стає ще більш в нагоді. Тут особливо затребуваною є практика аплодисментів. «Бурхливі, тривалі оплески, що переходять у нескінченну овацію» мають показувати, що аудиторія гарно (одноставно, із захватом) зрозуміла і підтримує все, що промовляється з трибуни.

3. Сучасна публічна політика все частіше актуалізує сутто театральний ефект – коли публіка одночасно і не вірить, і вірить у все, що відбувається на сцені.

4. Певною мірою театральність завжди була притаманна політиці. Проте театральне не завжди в ній превалує: прагнення до театралізації зростає по мірі розділення політичної сфери на публічну і «приховану» (а також позбавлену ідеології *realpolitik*). Посилення театральних проявів у сучасній політичній сфері вказує на те, що саме така тенденція набуває розвитку в соціальних відносинах. Це, в свою чергу, обумовлює появу нових технологій і форматів комунікації в системі «влада – суспільство».

## **Розділ 7**

# **ТЕАТРАЛЬНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ В ОКРЕМИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ СУБПРОСТОРАХ**

Соціокомунікативний простір культури (де філософська категорія «простір» визначається як сутність місця, в якому відбуваються певні дії або розташовуються речі чи інші простори), складається з різноманітних субпросторів. Всі вони мають специфічні риси, тому і театральність, яка в них проявляється, теж набуває специфічних особливостей. До таких субпросторів відносяться, зокрема, спортивні змагання, покази мод, ярмарково-виставкова діяльність, музеї тощо.

Розглянемо специфіку театральності комунікативного простору кожного з цих субпросторів.

## 7.1. Артистизм і театральність у спорті

Спорт – одна з найдревніших культурних практик, пов'язаних з публічною змагальністю. Саме публічність змагальності в цій практиці можна вважати причиною появи видів спорту, в яких оцінка за виступ складається не лише із «технічних» показників, а й включає артистизм. До них відносяться види зі складною координацією рухів: всі види гімнастики та акробатики, фігурне катання, синхронне плавання, спортивна аеробіка тощо.

Оскільки оцінка артистизму є суб'єктивною і, відповідно, завжди суперечливою, то питання про критерії цієї оцінки завжди буде актуальним.

Звідси – і актуальність дослідження артистизму як поняття і як культурного феномену, а також доцільність використання цього поняття в царині спорту [411].

Спроби розібратись в тому, що є артистизм в спорті, і які мають бути критерії його оцінювання, здійснюються давно. Серед перших праць, присвячених цьому питанню, найбільш значимими вважаються дисертація і публікації трикратної Олімпійської чемпіонки Л.І. Турищевої [412; 413]. Вона не лише довела багатомірність артистизму, а й виявила більше тридцяти критеріїв цього поняття для спортивного виступу: виразність, невимушеність, легкість, граціозність, витонченість ліній, темперамент, музикальність, передача настрою глядачу, сучасна техніка, школа рухів, акцентування жестів, гімнастична постава, індивідуальний почерк виконання, чистота виконання, гумор у виконанні, чіткість, елегантність, завзяття (запал), оригінальність, культура рухів, емоційність, образність, гармонійність, цілісність вправи, складність, віртуозність.

Зрозуміло, що перелічені критерії не дозволяють однозначно визначити артистизм, бо самі є поняттями неоднозначними, багатомірними, такими, що припускають різні тлумачення, до того ж – не піддаються кількісному (шляхом вимірів, підрахунків) або порівняльному оцінюванню.

Більш того, деякі з цих понять є взаємообумовленими. Наприклад, образність створюється за допомогою виразності [413], а виразність може включати в себе такі поняття, як «виразність рухів», «виразність образу», «емоційна виразність», «виразний жест», «виразність малюнку» тощо, які не мають чітких визначень в сучасній науково-методичній літературі [414; 415].

Проблема посилюється постійним введенням додаткових критеріїв. Наприклад, в роботі М.Е. Плеханової артистичність трактується як «рухова діяльність, яка відрізняється мистецтвом виконання, художнім смаком» [416].

Поняття «художній смак» взагалі уводить оцінювання артистизму із сфери експертних оцінок в сферу художньої критики та суб'єктивних суджень. Адже, як відомо, *De gustibus non disputandum* (про смаки не сперечаються).

Неможливість знайти точне визначення артистизму підштовхнула деяких авторів піти шляхом подрібнення цього поняття, виділяючи деякі його частини в самостійні критерії. Наприклад, пропонується розглядати як окремі фактори естетичність, артистизм і виразність виконання технічних дій та комбінацій [417].

Проте і це розділення не допомагає подолати головну гносеологічну обставину – неминучість співставлення спорту і мистецтва.

Деякі дослідники, визнаючи зв'язок спорту з мистецтвом [414; 418], наполягають на тому, що спорту притаманна особлива естетика рухів, яка не може і не повинна позичатись з інших галузей естетичної діяльності [414]. Основа естетичного оформлення спортивної композиції полягає в логіці поєднання окремих технічних елементів програми, а не в логіці створення театрального образу. Тому спортсмени і тренери, користуючись засобами формування виразності та артистизму, не повинні ототожнювати їх прояви з артистизмом актора в театрі [417; 419].

Таким чином, складається парадоксальна ситуація: позичаючи із сфери мистецтва, зокрема, театру, велику кількість

понять і термінів, які найбільш повно відображали б суть таких видів спорту, як художня гімнастика, акробатика, фігурне катання, дослідники намагаються наповнити ці поняття іншими смислами. І таким чином відділити спорт від мистецтва.

Але ж наскільки цей підхід є обґрунтованим?

Основним обумовлюючим фактором театралізації нетеатральних сфер людської діяльності є наявність умовного актора і публіки.

В спорті, навіть якщо функції спортсмена як актора і викликають сумніви [417; 419], то наявність публіки – як даність і як необхідність – сумнівів не викликає.

Більш того, спортивна публіка кількісно переважає над публікою театальною. Особливо показово це простежується в сучасній культурі, коли спортивні змагання збирають величезні зали/стадіони, а театр все більше схиляється до камерності, переходячи з «масової культури» в культуру «елітарну».

Спорт, як і театр, неможливо уявити без публіки/глядача/вболівальника. Саме для глядачів, вболівальників спортсмени стараються показати «красиву гру», демонструючи не лише спортивну майстерність, а й артистизм (причому це стосується абсолютно всіх видів спорту – від футболу і боксу до шахів).

Спортсмени, як і актори в театрі, відчують зал, його настрій, його підтримку або, навпаки, недружелюбність. Глядачі в театрі можуть освістати невдалу постановку, рівно як і глядачі на спортивних трибунах можуть підтримати спортсменів у важку хвилину.

Наприклад, не лише сила волі, а й підтримка глядачів допомогла Ірині Родніної та Олександрю Зайцеву доклати вільну програму на Чемпіонаті світу в 1973 році в Братиславі, коли під час виступу «зникло» музичне супроводження. Цей виступ став легендарним, хоча й не єдиним в історії спорту, коли спортсмени і глядачі «виступали» спільно.

Такі ситуації в чомусь схожі з новими форматами сучасного театру, котрий часто схиляється до інтерактивності, втя-

гуючи публіку в хід спектаклю. Одним з таких форматів є перформанс.

Незважаючи на те, що серед мистецтвознавців та культурологів ведуться дискусії на предмет того, чи можна вважати перформанс видом мистецтва, або ж це – окреме соціальне явище, наявність в ньому театральної складової сумнівів не викликає.

Власне, саме так це слово трактується в словниках англійської мови, з якої воно й прийшло в наше мовлення: «Performance – 1. a musical, dramatic, or other entertainment presented before on audience; 2. the act of performing a ceremony, play, piece of music, etc.» [420].

На думку деяких дослідників, багатозначність англійського слова «performance» формує подвійне ставлення до понять «перформативність» та «перформатив»: як тотожних або відмінних один від одного. Спільним для перформативності та перформативу є те, що обидва явища мають відношення до виконання, презентації і пов'язані з такими поняттями, як виразність, дія, мистецтво, дистанція, ритуал [421, с. 71 – 72].

Американський театрознавець і теоретик перформансу Річард Шехнер розглядає театр як одну з перформативних практик. Вчений вказує на плюралізм визначень поняття «перформанс» у різноманітних сферах життєдіяльності. Так, в бізнесі і спорті він характеризує дію відповідно до існуючого стандарту, прагнення до успіху, досягнення мети; в мистецтві – реалізується як практика створення шоу, спектаклю, танцю; в повсякденному житті – допомагає людині хвалитися, впадати в крайнощі, робити видовищною «виставу» для глядачів [422, с. 28].

Для даного дослідження всі характеристики, які включаються до визначення поняття «перформанс», є важливими, бо воно введено в нову суддівську систему ІСУ. Згідно з дію-

чою системою, оцінка за виступ фігуристів тепер складається з двох: оцінки за елементи і оцінки за загальне враження.

При цьому оцінка за загальне враження включає такі компоненти:

- володіння ковзанами (*Skating skills*);
- зв'язуючі елементи (*Transitions*);
- артистизм, краса виконання, єдність партнерів (*Performance*);
- композиція програми (*Composition*);
- передача музики і образу рухами на льоду (*Interpretation of the Music*) [423].

Як бачимо, тут поняття «перформанс» доповнюється поняттям «артистизм», що не лише зайвий раз фіксує наявність театральності у спорті, зокрема, у фігурному катанні, а й відповідає спробам осмислити артистизм через театральність.

Як вже показано, визнаючи, що театральність і артистизм – поняття споріднені, деякі дослідники вважають, що артистизм в «театрі» життя більше, ніж театральність, являє собою опозицію щоденню, в ньому більше проявляється художня сутність і індивідуальність його носія. Ще одним критерієм, який дозволяє більш чітко розділити артистизм і театральність, є повторність. Театральність не зникає при повторенні спектаклю. Відповідно, і в «театрі» життя сталими є основні його компоненти. Для артистизму ж вторинність, навпроти, є пагубною. Артистизм проявляється тут і зараз. С кожним новим виходом на сцену артист привносить нові штрихи в образ, нові смислові забарвлення у роль або сюжет.

В цьому сенсі виступ Родніної та Зайцева в Братиславі – триумф не лише спортивного духу, а й артистизму. Ірина Родніна, відмовившись перекачувати програму, показала себе справжнім Артистом. Адже справа навіть не в тому, що на другий виступ вони вийшли б втомленими та «перегорівшими», а в тому, що вдруге така ситуація – по-справжньому драматична, з максимальною напругою почуттів, емоцій та переживань – не повторилась би.

«Мы докатали программу до конца, и я подъехала к рефери, – згадувала потім Ірина Родніна. – Он говорит мне по-русски: “Вам засчитывать прокат или вы ещё раз выйдете в конце? Или с середины, с того момента, где музыка остановилась?” Я: “Нет, я второй раз показывать произвольную не буду”... Зал ревёт, идёт прямая трансляция на весь мир. Музыка же остановилась не по нашей вине» [424].

І. Родніна вловила реакцію залу, і це, на той момент, було головним. Тому що справжній артист виступає не для критиків/суддів/журі, а для глядачів.

Артистизм в спорті можна розглядати, як одну з можливостей (мабуть, навіть, єдину) для спортсмена проявити свою індивідуальність: художню, творчу, особистісну.

Сенсаційний успіх української фігуристки Оксани Баюл багато в чому пояснюється тим, що, наряду із спортивною майстерністю, вона привносила в свої виступи емоційність, артистизм, щедро «прикрашала» свої програми танцювальними рухами, виносячи на лід не набір складних елементів, а образи. Образи, художньо цілісні, естетично і драматургічно продумані, образи, які не залишали байдужими глядачів.

Більш того, відомо, що Оксана Баюл під час своїх виступів часто застосовувала імпровізацію. Змінювати на ходу програму, ускладнюючи її каскадом стрибків, – дуже ризиковано. Але якщо це могло зробити її більш ефектною, спортсменка йшла на ризик. Це – ще одна риса не лише гарного спортсмена, а й талановитого артиста. І ще одно підтвердження ситуативності артистизму як поведінкової характеристики.

Таким чином, погляд на спорт, як на один з видів публічної діяльності людини, дозволяє для цього дослідження застосувати підхід, оснований на концепції театральності соціокомунікативних проявів культури.

Як вже зазначалось, зовні цей підхід проявляється у використанні театральної термінології для описання об'єкту дослідження. Аналіз видів спорту зі складною координацією рухів, таких, як фігурне катання, художня гімнастика, акробатика, показує можливість такої термінологічної заміни. Основні



поняття, які використовуються в театрі, співвідносяться з поняттями у спорті:

- актори – спортсмени;
- публіка – глядачі, вболівальники;
- режисер – тренер, хореограф;
- сценографія – оформлення залу, костюми, атрибути;
- драматургія – образи, акценти в композиції тощо;
- сюжет – структура композиції;
- музичне супроводження;
- корпус критики – судді, журі, коментатори.

Враховуючі, що більшість видів спорту зі складною координацією рухів передбачають виступи з музичним супроводженням, логічно порівнювати їх з особливим видом театру – музичним. Тим більш, що музика тут не є просто фоном. І в музичному театрі, і в спортивних програмах вистави будуються на єдності сценічної дії та музики. Саме музика тут задає і тему, і образ, і настрій.

І, мабуть, саме тому найбільш яскравими та цілісними здаються програми, що ґрунтуються на музичних темах, взятих з таких видів музичного театру, як балет, опера, мюзикл тощо.

Зрозуміло, що класика в цьому сенсі є найбільш затребуваною. Наприклад, «Лебедине озеро» П.І. Чайковського. Особливо популярна ця музика серед одиночних фігуристок: в останні сезони за неї брались відомі Саша Коен, Мао Асада, Кім Юна. Оксана Баюл образи Одетти і Одилії втілювала на льоду в 1994 році, що принесло їй «золото» на Олімпійських іграх. А в 2007 році, розриваючи шаблони, в образі «вмираючого лебедя» виступив японський фігурист Дайсукі Такахаші з інтерпретацією легендарного твору в стилі хіп-хоп.

Не сходить зі спортивної «сцени» і опера Ж. Бізе «Кармен». Діапазон інтерпретацій образу Кармен доволі широкий – від повного пристрасті у виконанні Катарини Вітт (1988) до модернового в трактовці Верчу Мойр (2013).

Опера Дж. Пучіні «Турандот» отримала декілька нових «прочитань» в сезоні 2017–2018 у виконанні Суй Хань (Китай), Уно (Японія) та інших.

Серед мюзиклів найбільшою популярністю користуються «Призрак Опері» і «Мулен Руж». Музичну тему з «Призрака Опері» брали для своїх програм Патрик Чан (2011), Пан Цин і Тун Цзянь (2006), Меріл Девіс і Чарлі Уайт (2010), Канако Муракамі (2015). А в сезоні 2017 – 2018 найбільш затребуваним виявився мюзикл «Мулен Руж». Треки з кінофільму стали основою для восьми програм.

Задавалось би, при очевидній близькості фігурного катання або художньої гімнастики до балету, слід було б очікувати, що музика буде братись в основному звідти. А вкупі із нею – і музично-танцювальні образи, що вже склалися.

Однак художні види спорту передбачають і художню творчість. Творчість – це завжди пошук нового, того, що виходить за рамки очікувань та стереотипів. Переносячи на спортивну «сцену» образи і сюжети з, наприклад, опери, спортсмени, тренери та хореографи презентують нові варіанти їх прочитання.

Це виводить кожен таку програму в розряд культурних артефактів, тобто продуктів інтерпретації первинних культурних форм. Оскільки в даному випадку первинними формами є театральні образи і сюжети, то зв'язок деяких видів спорту з театром можна вважати не лише очевидним, а й взаємообумовленим.

Таким чином, дослідження артистизму і театральності в спорті, зокрема, у видах зі складною координацією рухів, дозволяє зробити такі висновки:

– спорту притаманна театральність в силу публічного характеру цього виду людської діяльності; саме наявність двостороннього зв'язку в системі «спортсмен – глядач» створює специфічний соціокультурний комунікативний простір з рисами театральності;

– спортивні виступи з музикальними темами, запозиченими з різних видів музичного театру, підтверджують не лише

зовнішній зв'язок спорту з театром, а й взаємну обумовленість цього зв'язку (в контексті уявлень про культурні артефакти);

– артистизм, що реалізується в умовах специфічної «спортивної» театральності, є основною можливістю для спортсменів проявити свою індивідуальність: особистісну, художню, творчу.

## **7.2. Театральність як складова і як чинник трансформації комунікативного простору показів мод**

Покази нових колекцій одягу і аксесуарів вже давно є не лише невід'ємною частиною fashion-індустрії, а й важливими соціокультурними подіями. Важливими не лише в контексті «суспільства споживання», а й в більш широкому сенсі – як художньо-мистецькі акти з певною соціальною спрямованістю. Ці акти завжди мають ознаки перформативності та відбуваються у відповідно організованому просторі, що дає підстави розглядати їх як театральні дійства: зі сценою, акторами, режисурою, сценографією і, обов'язково, – із глядачами. Комунікації, які виникають в середині цих «вистав», часто виходять за їх межі, впливаючи на різні культурні процеси та формуючі специфічні соціальні відносини.

Зважаючи на спроможність таких подій відобразити деякі риси сучасного суспільства і, водночас, впливати на їх формування, актуальними є дослідження цього феномену в рамках предмету соціальної філософії, яка вивчає сутність і форми існування соціальної реальності.

Досліджень, які пов'язують між собою поняття «мода» і «театральність життя», стає дедалі більше. До найбільш об'ємних та змістовних робіт в цьому аспекті можна віднести дисертацію А.Л. Мільмана, в якій досліджується художній потенціал моди та костюмного моделювання в театралізації життя [425], дисертація О.В. Скалацької, де феномен моди розгляда-

ється в контексті перформативно-просторової концепції [426], монографію О.А. Бакеркіної «Мода і театр: грані взаємодії», в якій авторка аналізує прояви театральності у моді, пояснюючі їх природним бажанням людини змінювати власну зовнішність та створювати відповідний оточуючий простір [403].

Втім, відповідь на питання, що в більшій мірі рухає людину, яка «втягується» в модний процес, – бажання відповідати оточуючій дійсності або ж цю дійсність змінювати, – для інших дослідників не є такою однозначною. Наприклад, аналіз феномену «гламуру», який став не лише напрямком у моді, а й стилем життя, приводить до висновку про диктат моди, про її превалювання над прагненням людини до вираження своєї індивідуальності [365; 366].

Ще одне явище сучасної культури, яке дозволяє говорити про театралізацію повсякдення через костюм та костюмні прикраси – стімпанк. Цей художній стиль, що створює атмосферу доби парових машин, набув широкого розповсюдження в дизайнерській біжутерії, що пояснюється прагненням до урізноманітнення життя неовікторіанськими «декораціями» [381].

Ці напрямки у моді, а також багато інших, можна розглядати як субпростори загального простору моди, які привносять певну театральність у повсякдення.

Проте є ще одна група локальних «модних» просторів, де театральність проявляється більш очевидно, бо має чітке розмежування на «сцену» та «глядацьку залу», – покази нових модних колекцій. Саме це розмежування вказує на існування складних комунікацій, які, власне, і формують «драматургію» подій. Вихід цієї «драматургії» за межі показів мод – у соціальну реальність – потребує філософського осмислення.

Якщо моду розглядати не як ідеалізоване поняття (за І. Гофманом), а як індустрію, як бізнес, то треба відмітити, що невід'ємною частиною цієї індустрії є регулярні покази мод. Ці заходи переслідують три основні мети:

– комерціалізація ідей, що пропонуються модою, реклама модної продукції;

– формування поведінкових схем застосування цієї продукції;

– налагодження комунікаційних зв'язків між усіма учасниками «модного» процесу: дизайнерами, виробниками, споживачами, критиками тощо.

Сьогодні подіумні покази мод перетворюються на шоу, на яскраві сценічні видовища. Подіум стає своєрідним ігровим майданчиком моди, на якому реалізується специфічний перформанс. Цей перформанс несе на собі одночасно і риси обрядовості, і риси театральності.

На обрядовий характер показів мод звернула увагу О. Бакеркіна, зауваживши, що «мода організує свій “обрядовий простір” аналогічно простору літургії в церкві: задник подіуму з іменем дизайнера, як правило з трьома виходами (іконостас), “діалог” дизайнера (священника) з паствою через моделі (хор), наявність музичної складової для посилення емоційного впливу та визначення границь священного дійства рамками подіуму. Все, що “виголошується” з подіуму, сприймається як заповідь, виконання якої гарантує отримання “райської насолоди” і наближення до рангу “обраних”» [403].

Тут, мабуть, треба уточнити: чи дійсно йдеться про роль саме «священника»? Адже не буде перебільшенням сказати, що кожен дизайнер відчуває себе не священником (посередником між Богом та людьми), а Богом. Творцем, котрий з ганчірочок робить ляльок/людей [246].

Отже, якщо продовжити цю смислову гру, то покази мод слід було б порівнювати не з церковним обрядом, а з (чого вже там!) моментом Одкровення. (Вимальовується така собі постмодерністська реконструкція постмодерністської ідеї про смерть Бога). У такому випадку, і глядачів, що присутні на модних показах, слід розглядати не як паству, а як апостолів, готових нести ідеї нового модного сезону в маси.

Втім, і таке порівняння не дає повної аналогії з комунікаційними процесами, які відбуваються на модних показах. Це, до речі, може свідчити про те, що покази мод поступово створюють власну художню мову, специфічну знакову систему.

І все ж таки, якими б не були внутрішні настанови всіх учасників перформансу під назвою «Модний показ», його театралізований характер залишається очевидним і беззаперечним.

Головне у будь-якому показі мод – створити цілісний спектакль, в якому театральні ефекти призвані зробити потрібні акценти на продукції. Для цього використовується великий арсенал засобів, серед яких – престижні приміщення, ретельно відібрані манекенниці, ефектне освітлення, звукове оформлення.

Першим модельєром, який запропонував новий формат показу, був Поль Пуаре. Особливу увагу дослідників історії моди привертає його показ «Тисяча друга ніч» у 1911 році. Тут вперше була здійснена спроба не лише створити одяг і декорації в одній тематиці, а й сконструювати театральнo-семантичний простір відповідно до заданої теми. Майданчиком для влаштування такого простору стали власні будинок і сад дизайнера. Усі гості повинні були прийти в перських костюмах (інакше не пропускали). Єдність зовнішнього вигляду відвідувачів з певним оформленням кімнат будинку створювало цілісність простору: учасники цього «костюмованого балу» відвідували кімнати, що були обставлені атрибутами, характерними для перського стилю: фонтани, дзеркала, пісок на підлозі, килими, подушки тощо. Поль Пуаре зізнавався, що насолоджувався, «граючи на емоціях гостей, немов на клавішах» [427]. Таким чином, модельєру вдалося створити ситуацію, коли емоційно сприймався не лише одяг, а й контекст його носіння, умови, в яких він може бути актуальним.

Прагненням підкреслити актуальність своєї колекції керувався і Андре Куреж, влаштовуючи показ «Космічна ера» в 1969 році. Для донесення своїх ідей до публіки дизайнер залучив манекенниць з новим типом зовнішності, голосну ритмічну музику і зал, декорований під стиль дефіле, – обшиті білим вінілом стіни, білі куби для сидіння, багато пустого простору.

Іноді дизайнери вдаються до такого прийому, як реалізація творчого задуму безпосередньо на подіумі, на очах у глядачів. Так, під час показу в 1992 році японський дизайнер

Йоджі Ямамото експериментував з косим кроєм, створюючи нову форму прямо на живій манекенниці (десакралізація Акту Творіння?).

Цей прийом, до речі, використовується на конкурсах перукарського мистецтва, поєднуючи в одному шоу одразу і змагання, і презентацію, і театральне дійство.

Говорячи про дійство, яке розгортається на подіумі, як про театральне, або театралізоване, не можна не торкнутися питання щодо функцій манекенниць. Хто вони в цьому «театрі»?

Деякі дослідники відмовляють манекенницям в акторських функціях, в артистизмі, бо і сам «театр» моди зводять до спрощених цілей та завдань. «Сучасне дефіле, – пише, наприклад, О. Бакеркіна, – багато в чому нагадує театральну виставу, але в дуже спрощеному варіанті в сенсі духовного навантаження і ускладненому в сенсі зовнішньої візуалізації. В дійстві відсутня задача зачепити струни людської душі або викликати сильне переживання» [403]. Виходячи із цієї настанови, дослідниця і визначає функції манекенниць: її перевірення містить лише зміну зовнішності, хоча вона, як і актор, «публічно працює тілом». Тіло у даному випадку є обездушеним манекеном: «без гриму і плаття воно не зможе асоціюватись у глядача з тією німфою, котру він тільки що бачив у світлі прожекторів» [403].

Виникає питання: а актор без гриму і плаття буде асоціюватись у глядача з його персонажем?

Далі дослідниця стверджує, що «особистість моделі як живої людини в межах подіуму не розглядається. Образ, створений митцем з використанням тіла моделі, завжди залишається в іншій “чарівній країні”. Крім того, вимоги до зовнішності манекенниць, які пред’являються модою, роблять її гармонійною і прекрасною лише у форматі простору дефіле, яке для звичайного життя є Задзеркаллям».

І знову ж питання: чи в театрі не так? Актори в театрі відділені від глядачів рампою так само, як і моделі на показі – краєм подіуму. Відділеними один від одного є і два світи – сценічний і реальний. Ці два світи можуть перетинатись лише

з волі глядачів, котрі і із театру, і із модного показу щось виносять в своє життя.

Що саме виносять?

О. Бакеркіна пише, що «людині пропонується унести із собою з показу не чуттєві переживання, а оболонку, закінчений товарний вигляд образу, який вона цілком може використати в побутовій обстановці» [403]. Тобто дослідниця знову постулює відсутність чуттєвих переживань в «театрі» модного показу.

Але тоді виникає ще одне запитання: що ж саме розуміється під чуттєвими переживаннями? І чи дійсно вони відсутні на показах?

Навіть якщо взяти такі «низькі» почуття, як жага споживання, намагання потрапити до «клубу обраних», суперництво (жіноче, статусне тощо), то тут іноді виникає такий драматизм, якого не всякий театральний спектакль може досягти. Однак якщо дослідниця має на увазі якісь високі, благородні почуття, то чи не можна до таких віднести, наприклад, захват від таланту дизайнера, нестандартністю його мислення? І чи не манекенниці є провідниками його творчих задумів?

Тут доцільно було б згадати про підготовку висококласних моделей, яка, крім всього іншого, передбачає опанування акторської майстерності. Та й для показів моделей відбирають не лише за заданими фізичними параметрами, а й за вмінням «нести» образ, за спроможністю передати його глядачу так, як замислив модельєр-художник. Манекенниця, таким чином, стає не лише інструментом, а й співучасником створення образу як художнього твору.

Якщо перекласти це на театральну термінологію, то можна сказати, що манекенниці в «театрі» модного показу – це, все ж таки, актори. Обмеження їх сценічних можливостей не виключає прояву артистизму, так само, як і в різних видах театру, в яких свідомо виключаються якісь елементи. Наприклад, у балеті або пантомімі виключається голосове мовлення, у радіоспектаклі відсутня візуалізація і т.д. Кожен з цих видів теа-



тру формує свою художню мову, свою знакову систему. І «театр» модного показу – також.

Приклад спроби поєднати «мову» театру і «мову» модного показу наводить українська дослідниця О. Скалацька [428]. Вона описує презентацію українського бренду Domanoff колекції сезону вісна-літо 2016 року під назвою «Elastic». Презентація була реалізована у формі спектаклю, який складався з п'ятьох сцен. Кожна сцена тривала приблизно одну хвилину, що дало змогу не тільки роздивитись одяг, а й осягнути філософський сенс вистави.

Філософський сенс колекції ґрунтувався на двох положеннях: кольору (тут переважно був присутній жовтий) та смисловому навантаженні категорії «еластик» (гнучкість).

У першій сцені чоловік намагався одягти жіночу сукню, що мало демонструвати прагнення пережити емоції дівчини (хоча б ті, що викликані труднощами під час одягання плаття). У другій сцені дві дівчини за допомогою рухів заявляли про свій одностатевий зв'язок. Третя сцена зображала залежність індивіда від інформаційних технологій, іміджевих стереотипів та моди. Манекенниця приймала різні пози для селфі, демонструючи, що вона – «жертва» мережі. У четвертій сцені розкривалася тема свободи як аксіологічної категорії. Дівчину прив'язали стрічками жовтого кольору до стільця. Зірвавши «кайдани», вона почала рухатися по сцені, тобто звільнилася. У п'ятій сцені була показана історія дівчини, що прагне змінити своє життя.

На останніх хвилинах спектаклю всі сцени злилися в єдину драматургічну картину, що супроводжувалося впливом на публіку чергуванням чорного та білого кольорів.

Цей показ-спектакль не лише свідчить про намагання створити нову художню мову модних показів, а й красномовно наголошує про соціалізацію театральності таких вистав. І саме за допомогою такої театральності дизайнери намагаються впевнити глядачів – потенційних покупців – в актуальності продукції, що пропонується.

До того ж, соціальна тематика таких перформансів дозволяє суттєво розширити комунікативний простір, долаючи межі модного показу, вузького кола прихильників бренду або дизайнера.

Організатори модних показів прагнуть не лише розширення комунікативного простору, а й його урізноманітнення.

Для цього, наприклад, все частіше використовуються музеї. Ця практика обумовлена ще й тим, що, на думку Руслани Ткаченко, таким чином дизайнери намагаються підкреслити зв'язок моди зі «справжнім мистецтвом» [429].

Простір музейного залу завжди сприймався як територія найбільш цінних творів мистецтва, безперечно визнаних шедеврів. Хоча деякі критики вважають, що саме відрив творів мистецтва від природнього середовища їх існування, від контексту, веде до втрати культурних смислів. Але ж втрата, або трансформація культурних смислів – процес невідворотній, бо контексти змінюються постійно. І на даному етапі формується новий підхід до сприйняття творів мистецтва, який ґрунтується на ідеографії, де акценти робляться на ідеях, концепціях творів. Це, власне, і допомагає сучасному глядачу встановити комунікацію із художнім твором.

Цією ситуацією і намагаються скористатися дизайнери, «вдираючись» у музейні зали зі своїми моделями.

Для того, щоб підкреслити рівноцінність художніх ідей в незалежності від того, де і коли вони втілені – на полотні або на сукні, – дизайнери марки Viktor&Rolf запропонували своєрідний перформанс-метафору. Відправною точкою тут став класичний живопис. Показ відбувався у стінах музею, де на подіум вийшли моделі в сукнях-картинах. Манекенниці розміщувалися у логічній послідовності: від моделі, що втілювала ідею чистого, білого полотна, до закінченої картини, взятої у рамку (у буквальному сенсі). В складках тканин можна було роздивитись акварельні нариси, класичні натюрморти, групові портрети епохи Ренесансу.

Покази мод, що відбуваються у музеях, можна розглядати як спосіб розширення комунікативного поля не лише моди,

а й мистецтва: так мода через мистецтво, а мистецтво – через моду виходять на більш широку публіку.

Втім, яким сильним не було б прагнення модної індустрії до зближення з «високим мистецтвом», її основною функцією залишається ужиткова. Одяг може називатись модним лише доти, доки він є актуальним. Опинившись у вітрині не магазину, а музею, він вже не буде модним: стане предметом мистецтва, фактом історії моди, але – не моди. Тому більшість показів нових колекцій націлені саме на те, щоб підкреслити їх актуальність, їх відповідність запитам сучасного споживача.

В цьому сенсі найбільш радикальною демонстрацією свого прагнення до зближення з «народними масами» відмітився Модний дім Chanel у 2014 році. Тоді показ осінньо-зимової колекції відбувся у супермаркеті. З метою привернути увагу молодій аудиторії Карл Лагерфельд влаштував справжній театральний спектакль у торговельному залі. Манекенниці виходили на подіум, прогулюючись між полицями з різними продуктами.

Ще далі в цій тенденції йдуть автори телевізійного реаліті-шоу «Подіум» (українська версія), формат якого передбачає так звані «народні покази». Серед різних конкурсів, які пропонуються учасникам – молодим дизайнерам, – є такі, в яких дизайнери створюють одяг для певних соціальних груп. Демонстраторами створених моделей стають реальні представники цих груп (а не професійні манекенниці), і покази моделей проходять у відповідних обставинах. Наприклад, показ нових ідей для шкільної форми проходив на подвір'ї школи, а демонстрували одяг учні цієї школи.

До речі, ментором на цьому проекті є український дизайнер Жан Гріцфельдт, відомий показами своїх моделей на незвичних майданчиках: в Міжнародному аеропорті Бориспіль, на боксерському ринзі, на арені цирку, в театрі, в науково-природничому музеї Києва і, знову ж таки, в супермаркеті.

Ці «метання» між музеями і супермаркетами, театрами та школами відображають подвійну сутність індустрії моди, яка створює одночасно і повсякденний одяг, і «високе мистец-

тво», одяг для «широких мас» і для еліти. Тому хоче бути ближче до цих самих «мас», і при цьому відділяється від них високим подіумом.

Якщо кожен окремий показ мод розглядати, як спектакль, то сукупність цих спектаклів складатиме «репертуар» загального «театру» показів мод. Це дає підстави додати до аналізу цього феномену ще й часові критерії – темпоральність, циклічність, періодичність. В ретроспективно-історичному аспекті соціальний характер показів мод, як і моди в цілому, стає ще більш очевидним, бо так виявляється культурно-філософський підтекст з ідеєю оновлення: представлення нового замість старого.

«Старе» при цьому не є старим насправді (одяг, прикраси, аксесуари ще довгі роки можуть носитись), воно лише проголошується старим, тобто застарілим, неактуальним, таким, що вийшло з моди. Звісно ж, насамперед, це є комерційним прийомом, націленим на підвищення товарообігу. Але з іншого боку, динаміка цих змін відображає загальну динаміку змін у суспільстві.

При цьому йдеться саме про зміни, а не про накопичення та співіснування. Нове має витіснити старе через забуття, дискредитацію або знищення. Звісно ж, у подіумних «виставах» це не артикулюється і не візуалізується, але драматургією мається на увазі.

Символічне зображення знищення старої моди з приходом нової можна знайти хіба що в картині Вільяма Хогарта «Смак вищого суспільства» (Taste in High Life, 1740). В цій картині привертають увагу не лише карикатурні персонажі, які втілюють примхи моди того часу, а й художній прийом «картина в картині»: саме в картинах, які «висять» на стінах салону, художник представив основні ідеї-алегорії свого твору. Так, на одній з цих картин зображено Венеру, на постаменті якої написано “the mode 1742”, а поряд з нею – амурчика, який спалює, позвалювавши в кучу, моди минулого сезону.

Ця картина цікава не лише своєю гострою сатиричністю, а й тим, що, на думку Аркадія Іпполітова, «вона фіксує заро-

дження зовсім нового ставлення до часу» [430, с. 7]. Так, дійсно, до цього моменту мода не змінювалась так радикально: одяг носився, поки не зношувався, більш «стійкий» передавався у спадок. «Навіть наймодніші жінки в своїй модності були обмежені: гарненьку сукню шити треба було цілий рік, тому спалювати у наступному було просто болісно» [430, с. 8].

Хогартівський амурчик став ототожненням сезонності моди. Але в ті часи сезонність ще вимірювалась десятиріччями (Хогарт пародіював моди Лондона 20-х років, які вже майже вийшли з моди у Парижі, видаючи їх за моду 30-х). В наш час сезонність, періодичність модних змін суттєво «стиснулася»: тепер нові колекції пропонуються декілька разів на рік. До того ж пропонується змінювати не одну-дві сукні, а повністю міняти образ – із зачіскою, аксесуарами, ювелірними прикрасами та іншими складовими. Ця мінливість моди відповідає мінливості соціокультурних змін, «спресованості» соціального часу. Тобто «театр» модних показів є частиною «театру життя», драматургія якого задає динаміку змін іміджів, соціальних ролей. Це дозволяє зголоситися із думкою Ж. Липовецького про те, що «мода більше не є специфічною або периферійною сферою соціального життя, вона стала загальною формою, яка визначає стан соціальних відносин» [431, с. 178]. І покази мод в цьому дискурсі стають важливим об'єктом досліджень для виявлення соціально-філософських засад загальної «драматургії» процесу театралізації буття.

Таким чином, аналіз показів модних колекцій підтверджує, що їм завжди була притаманна театральність. Проте в останні роки вона набуває нових форм для досягнення таких цілей, як:

– підвищення ефективності комунікації між дизайнерами та глядачами, як потенційними споживачами продукції, що пропонується;

– розширення комунікативного простору індустрії моди, що обумовлене не лише комерційними міркуваннями, а й усвідомленням ролі моди у соціокультурних процесах.

Соціально-філософське осмислення театральності показів мод, як окремих подій/вистав, виявляє тенденцію до втілення в них соціальної тематики з відображенням актуальних питань, що постають перед сучасним суспільством. Якщо ж покази мод розглядати у сукупності та в контексті темпоральності, то в них вбачається динаміка, відповідна до динаміки змін у суспільстві. Це дає підстави вважати покази мод, як і моду в цілому, важливою складовою «драматургії» загального «театру» буття.

### **7.3. Театральність виставково-ярмаркової діяльності**

Театралізація, як засіб підвищення ефективності комунікації між продавцем та потенційним покупцем, характерна не лише для показів мод, а й для всієї виставково-ярмаркової діяльності в цілому.

Хоча й існують деякі проблеми з понятійним апаратом в цій царині, наприклад, із розмежуванням понять «виставка» і «ярмарок» [432], обидва ці поняття передбачають певну театральну складову.

Для України ярмарок – явище більш стародавнє і традиційне, ніж виставка. Ярмарки в нашій культурі відомі ще за часів Середньовіччя. Їх традиції виявилися не лише «живучими», а й в окремих випадках стали своєрідними «візитівками» деяких міст України. Наприклад, славетний Сорочинський ярмарок.

В світлі теми дослідження здається невинуватим, що Микола Гоголь при описанні Сорочинського ярмарку особливу увагу приділив не продажу худоби або зерна, віддавши навіть чумакам лише один рядок, а керамічному посуду, як товару не лише ужитковому, а й художньому.

«...дорога, верст за десять до местечка Сорочинец, кипела народом, поспешавшим со всех окрестных и дальних ху-

торов на ярмарку. С утра еще тянулись нескончаемою вереницею чумаки с солью и рыбою. Горы горшков, закутанных в сено, медленно двигались, кажется, скучая своим заключением и темнотою; местами только какая-нибудь расписанная ярко миска или макитра хвастливо выказывалась из высоко взгроможденного на возу плетня и привлекала умиленные взгляды поклонников роскоши. Много прохожих поглядывало с завистью на высокого гончара, владельца сих драгоценностей, который медленными шагами шел за своим товаром, заботливо окутывая глиняных своих щеголей и кокеток ненавистным для них сеном» [433].

Цей фрагмент не лише демонструє талант письменника «оживляти» неживі речі, а й пояснює, навіщо йому це було потрібно. Здається, цей прийом Гоголь застосував для того, щоб передати загальну атмосферу ярмарку – з надзвичайним комунікативним полем, в яке втягуються навіть неживі предмети, стаючи носіями інформації певного характеру.

Мабуть тому ярмарок – це не лише місце продажу-купівлі різних товарів, а й ще ринок розважальних послуг: атракціони, лялькові театри, звіринці тощо.

Різні форми народних театрів були невід'ємною частиною ярмарків в різних країнах. В Древній Греції – міми, в грецьких колоніях на Сицилії IV – III ст. – фліаки, в Італії VI – XVII ст. – комедія дель арте (вистави, що поєднували риси карнавалу, народного фарсу, буфонади), в Росії – ляльковий театр з Петрушкою. Ось, наприклад, як балаганний зазивала умовляв подивитись спектакль «Петрушка» [321]:

Одно кончается –  
Другое начинается!  
Пожалуйста, заходите,  
Петрушку поглядите,  
А денег, если хотите,  
Так хоть и не несите.  
И так пустим посмотреть.  
Не отдадите в кассе –  
Отдадите в балагане...

Как-нибудь помиримся с вами!  
Пять копеек – деньги небольшие,  
А удовольствия – три короба.  
Заходите! Заходите!

Петрушка – головний персонаж лялькового театру, «сценою» в якому була легка переносна ширма. Смішний, довгоносий крикливий Петрушка відчайдушно дубасив палкою царського Офіцера, котрий хотів забрати його у солдати. Діставалось від Петрушки і шарлатану-Доктору, який не вмів лікувати, і обманщику-Торговцю.

В інших країнах теж були аналоги цього персонажу. Такі ж крикливі, довгоносі забіяки: в Англії – Панч, у Франції – Полішинель, в Італії – Пульчинелло, в Германії – Касперле та Гансвурст, в Чехії – Кашпарек, в Туреччині – Карагез.

Така ж сатирична спрямованість була характерна і для іншого виду лялькового театру – вертепу (у Польщі – шопки). Але персонажів в ньому було значно більше. Крім персонажів біблійської історії народження Христа, які розташовувалися на верхньому ярусі-сцені, були ще й персонажі мирських сюжетів. Серед них значне місце займали типи національно-етнічного характеру, а саме: Запорожець, Москаль, Поляк, Жид, Угорець, Німець, Циган та інші. Вертепні вистави завжди мали «яскраву патріотичну, волелюбну спрямованість» [434, с. 36], гострий політичний підтекст [435], але довго були дуже дорогою забавкою, яка у публічний доступ потрапила лише у другій половині XIX ст. [436].

Втім, театральність ярмаркового комунікативного простору обумовлювалась не лише наявністю в ньому народних, бродячих театрів, а й поведінкою продавців.

Як вже відмічалось, театралізація є одним із засобів підвищення ефективності комунікації. Продавці на ярмарках творче і вдало цим користувалися. Ось, наприклад, як презентували свій товар продавці хутра на російському ярмарку [321]:

Вот мех: пушистый – золотистый!  
Вот нежный – белоснежный!  
Вот темный – скромный!



А так вмовляли купити обручку-оберіг:

Это кольцо от жару, от пожару,  
От чахотки, от часотки,  
От работы, от заботы  
И от болезни,  
И чтобы черти в тебя не лезли.

В сучасних ярмарках акценти робляться більше на візуальність. В Україні щорічні фестивалі Європейської культури, сезонні регіональні сільськогосподарські ярмарки та інші подібні заходи завжди супроводжуються костюмованими «виставами» продавців, які вдягаються в традиційні національні костюми, створюючи відповідні колоритні образи. Поряд з ними і покупці починають відчувати себе учасниками масового спектаклю. І комунікація відбувається вже за допомогою іншої системи знаків і символів.

Це робить ярмарки місцями, де проявляються всі аспекти спілкування: перцептивний, інтерактивний, комунікативний, міжкультурний. Тому, ймовірно, саме в таких місцях народжувалися народні прислів'я із сентенціями щодо культури спілкування [54; 340; 336].

Якщо ярмарки існували з давнини, то виставки прийшли в нашу культуру значно пізніше – в XVIII – XIX ст., з розвитком салонної культури, що привнесена була із Франції.

З початку виставлялися лише художні твори, картини. Потім виставки набули більш широких функцій, ставши формою публічної демонстрації досягнень в царині матеріальної та духовної діяльності людини.

Однією з перших великих за масштабом виставок, що переслідували такі цілі, була в 1896 році Всеросійська виставка в Нижньому Новгороді. Крім новинок в галузі сільського господарства та промисловості, тут були представлені досягнення науки, освіти, мистецтва. «Дивитись нашу виставку, – говорив Д.І. Менделєєв, який керував хімічним павільйоном, – означає пізнавати, вчитися, розбирати, мислити, а не просто «гуляти», дивитись та відпочивати» [437]. При цьому всі атри-

бути ярмарку тут теж були: оркестр, театральні вистави, карусель, ряжені селянки в огнестійких хатах тощо. Не обійшлося і без традиційного для руського ярмарку ведмеда. Правда, на цей раз його «роль» виконував тюлень. «Головним експонатом зненацька і зовсім неочікувано став «говорячий тюлень» на терасі мамонтівського павільйону, – згадував про цю виставку О. Амфітеатров. – Коли він іздох, керівництво було серйозно засмучене, бо приплив відвідувачів, і без того мізерний, ще більш скоротився» [438].

В наші дні методи театралізації комунікативного простору виставок мало чим відрізняються від методів минулого. Тільки замість «говорячого тюленя» використовують, наприклад, робота, який розважає відвідувачів.

Соціально значуща, просвітницька складова притаманна не лише науково-технічним комерційним виставкам, а й таким, як, наприклад, Міжнародна виставка «Ювелірний салон», яка щорічно проходить в Одесі. Одним з форматів цієї виставки є конкурс ескізів ювелірних виробів «Єсть ідея!», який проводиться для студентів навчальних закладів різних рівнів освіти.

Постійними учасниками цього заходу є студенти і викладачі Одеського національного політехнічного університету. Багаторічний досвід співпраці з «Ювелірним салоном» [439] дозволяє впевнитися в успішності такого підходу: він дозволяє кожного разу створювати особливе поле для творчої комунікації. Театралізація тут також має місце: експозиція конкурсних робіт створює відповідну сценографію, суперечки членів журі щодо оцінювання проектів та урочисте нагородження переможців задає імпровізовану, «живу» драматургію.

Отже, дослідження комунікативного простору виставково-ярмаркових заходів дозволяє зробити висновок, що театралізація цього простору сприяє підвищенню ефективності комунікації між продавцями та покупцями, а також наповнює цей простір додатковими соціокультурними смислами.

## 7.4. Театралізація комунікативного простору музеїв

Сучасна картина світу настільки стрімко та суттєво змінюється, що реагувати на ці зміни доводиться навіть таким консервативним інститутам культури, як музеї.

Особливо серйозної кризи зазнають зараз етнографічні музеї, що обумовлено двома факторами. Перший стосується представлення інших народів. Досі зберігається традиційна схема етнографічного музею з чітким розподілом народів та культур, хоча вона критикується вже понад сто років [440]. Сьогодні вона і зовсім вже виглядає анахронізмом, бо «глобалізація не знищує локальні, національні та інші культури, а сполучається з ними в різних неочікуваних комбінаціях» [441]. Другий чинник обумовлений стрімкою урбанізацією, через що «більшість об'єктів в етнографічних музеях не є «нашими» і не є «народними» [442].

Обидві ці проблеми лише на перший погляд здаються суто внутрішньомузейними. Їх соціальна складова виявляється тоді, коли в системі музейної комунікації з'являється друга активна сторона – відвідувач музею. Ось тут етнографічні музеї і постають перед новим викликом. Масштабні міграції привели до того, що представники «музеефікованих» етносів опинились в етнографічних музеях не лише як експонати, а й як відвідувачі. Це спровокувало низку проблем: від етичних (хто має право на інтерпретацію спадщини і кому вона належить) до прикладних (якими мовами має вміти спілкуватись музей) [443].

Втім, соціокультурні виклики та завдання не лише етнографічних, а й всіх музеїв стають все більш різноманітними, бо музеї стають все більш антропоцентричними, а музейні спільноти – все більш полікультурними.

До таких завдань відносяться пошуки не лише змістовної відповідності сучасній соціокультурній ситуації, а й нових форм презентації цієї змістовності.

Однією з таких форм є театралізація комунікативного простору музею.

Під театралізацією музейного простору розуміють як організацію театральних вистав в музейних залах, так і надання театральних рис системі комунікацій в музеї та за його межами.

«Сьогоднішня ситуація в мистецтві в цілому, і в музейній практиці зокрема (відсутність державного фінансування, відтік публіки, зменшення фондів), змушує музейників запроваджувати нові форми, здатні перетворити контакт глядача з експозицією в комунікацію подійового характеру, – зазначив А.Г. Баканурський. – Часто це призводить до трансформації традиційного виставкового простору в сценічний майданчик, на якому колекція, працівники музею та глядачі складають колективну діючу особу» [444, с. 5].

Так, дійсно, сучасній музейній галузі все частіше доводиться стикатись із фінансовими труднощами. Світова фінансова криза змушує навіть найвідоміші музеї світу вдаватись до безпрецедентних заходів: Британський музей оголосив про часткове закриття експозицій, які будуть доступні лише спеціалістам з мистецтва та групам, які заздалегідь замовляють платні екскурсії [445], річний бюджет Музею сучасного мистецтва в Леоні (Іспанія) скорочено з 10,6 млн. євро у 2007 році до 5,3 млн. євро у 2013, фінансування нових закупок призупинено [446].

Все частіше з'являються повідомлення про закриття музеїв: в США оголошено про закриття всесвітньо відомого геологічного музею при Університеті штату Вайомінг [447], у Берліні закривається музей Гуггенхайма, у Вені – палац-музей Ліхтенштейн [448], три археологічні пам'ятки на Кіпрі залишаються закритими для відвідувачів, а розкопки древнього міста Тамассос призупинені через нестачу обслуговуючого персоналу і коштів [449].

Втім, не лише фінансові негаразди спонукають працівників музеїв до театралізації музейного простору. Часто це робиться з науковими цілями.

Перші спроби перетворення музейного залу на театральну сцену відбувались вже на початку ХХ століття. Наприклад, в 1907 – 1908 та 1911 – 1912 роках в Петербурзі існував Старовинний театр, створений за ініціативою М. Євреїнова та барона Дризена, а також художників «Світу мистецтв». Його завданням було здійснення реконструкцій (з максимально можливою автентичністю) театральних-видовищних форм різних епох. В рамках цього експерименту були ретельно відновлені іспанські ренесансні п'єси (Лопе де Веги, Кальдерона, Сервантеса), вистави комедії дель арте, середньовічні літургічні драми, містерії, фарси тощо.

Наприкінці 1923 року за ініціативою відомого історика театру В. Всеволодського-Гернгросса був створений Етнографічний театр. В театрі реконструювались стародавні ритуали в постановках «Селянський танець», «Солнцеворот» та інші. Детальне відновлення артефактів фольклорної видовищної культури надихнуло дослідників та чиновників до переосмислення стану музейної справи. Так, Мартин Лядов, котрий очолював в ті часи Главнауку, вимагав радикально переглянути роботу центральних музеїв. «Необхідно, – говорив він, – перетворити їх з кунсткамер, якими вони є, на живі музеї» [450, с. 78].

Все це відповідало ідеї філософа М. Федорова про те, що музейна колекція – це не лише зберігання, а й «збирання та відновлення», експозиція повинна «оживляти і воскресати» артефакти [451, с. 578].

До театралізації, як засобу експозиційного рішення і як форми роботи з відвідувачами, вдаються й музеї України.

Наприклад, елементи театралізації (вплетення в канву музейних лекцій, погостин, презентацій, свят, виставок музичних і танцювальних номерів, реконструкцій народних обрядів, інсценувань класичних літературних творів тощо) активно використовуються у Дніпропетровському музеї ім. Д.І. Яворницького.

Музей запровадив практику дитячих екскурсій з лялькою, коли екскурсовод розповідає і спілкується із дітьми від імені театральної ляльки-персонажу, наприклад, хлопчика-козака [452].

У 2005 році музей створив нічну екскурсію з елементами театралізації «Людина і Степ». У канву лекції були вплетені чотири невеличкі постановочні сценки, які або ілюстрували розповідь екскурсовода (сценка тренувального двобою запорожців), або конфліктували із основною лінією екскурсії, повертаючи глядачів в інший час (періодична поява «Д.І. Яворницького», і його намагання провести власну екскурсію), або підхоплювали і продовжували розповідь екскурсовода (сценка із промисловцем) [452].

Така практика створює ситуацію, коли, за словами британського музеєзнавця Р. Майлза, на ринку культурних послуг музей «вступає в пряму конкуренцію з іншими способами проводити вільний час» [453, с. 22].

На сьогодні склалися дві форми театралізації музейного простору:

- 1) театралізовані екскурсії;
- 2) музейно-театральний спектакль.

Театралізовані екскурсії передбачають різні форми втілення:

– проведення екскурсії екскурсоводом-актором в образі персонажу, якій відповідає тематиці експозиції;

– розігрування сценок-картинок, що ілюструють розповідь екскурсовода;

– театральні-інтерактивні екскурсії з введенням екскурсантів в «життя» експозиції через костюм, навчання етикету, манерам поведінки і т. ін., що відповідають тематиці музею [454, с. 73].

Музейно-театральні спектаклі можуть реалізовуватись у таких формах:

– спеціальна програма за тематикою одного з розділів музею може підкріплюватись фрагментами з драматичних або музичних творів;

– спеціально поставлений спектакль, який гармонійно вписується в інтер'єр музею;

– музично-поетична або літературна композиція, яка відповідає тематиці музею та інтер'єру [454, с. 74].

Втім, навіть коли працівники музеїв не вдаються до театралізованих вистав, музейні експозиції сприймаються (і створюються), як локації драматургічного характеру. Це відображається й в термінології, яку застосовують музеєзнавці при їх описанні.

Наприклад, Іван Гринько та Анна Шевцова, осмислюючи проблеми, що пов'язані із демонстрацією в медичних музеях експонатів, які травмують психіку деяких відвідувачів, зазначають: «Музей постає перед доволі складним вибором: як зберегти в експозиції матеріали травмуючого характеру, не порушити цілісність і логіку експозиційного сценарію – і при цьому зробити музей естетично привабливим і доступним для людей різних вікових категорій?» [455, с. 344]. Виходом із ситуації автори вважають символічну візуалізацію хвороби. В якості можливих варіантів вони пропонують досвід арт-терапії (з проєктивними методиками на кшталт «намалюй свою хворобу») та відповідні картини-рефлексії відомих художників. Пропонується також використовувати народні антропоморфні образи хвороб: слов'янські ляльки-лихоманки, таджикські ляльки-лухтаки, грузинські батонебі (казкові отожднення дитячих інфекційних хвороб) тощо.

Такий перехід на «мову» символів та образів наближає музей до театру, а використання традиційних ляльок – до лялькового театру.

Подібні заходи спрямовані на актуалізацію комунікацій в межах музею. Проте музейні комунікації є більш ефективними тоді, коли не обмежуються власне музейним простором, а виходять назовні – у соціокультурне середовище.

Цьому сприяє художня література, в текстах якої часто присутні музеї та події, що з ними пов'язані [456].

Більш того, іноді саме літературні твори, в яких згадується той чи інший музей, стають ефективним засобом реклами цього музею.

Наприклад, суттєве підвищення кількості відвідувачів у Луврі працівники музею пов'язують із виходом у світ роману Дена Брауна «Код да Вінчі», сюжет якого починає розгортатись саме у стінах Лувру. Захоплюючий сюжет роману та його екранізація зробили неймовірно популярними і книгу, і її автора, і музей. Так, у 2012 році музей відвідали біля десяти мільйонів осіб [457]. А в 2013 році попит на квитки до Лувру був таким високим, що бельгійські митники виявили чотири тисячі високоякісних підроблених білетів, виготовлених в Китаї (газета «Комментарии.ua» від 12.09.2013).

Для підтримки зацікавленості, що виникла, музей почав пропонувати глядачам аудіо-гід: записану на плівку екскурсію пам'ятними місцями, яку проводить актор Жан Рено, виконавець ролі інспектора Безу Фаша у фільмі (газета «Pravda.ru» від 23.05.2006). І взагалі Ден Браун вважається нині засновником цілої туріндустрії: у Парижі вже є спеціальні туристичні маршрути, які так і називаються – «По слідах «Коду да Вінчі». Гіди показують і готель Ritz, і Лувр, і Сен-Сюльпіс.

Таку рекламу можна віднести до особливого різновиду продакт-плейсменту – так званого product integration. Така реклама передбачає не просто згадування продукту, що просувається, в тексті книги або його мелькання на екрані, а «вплетення» його в сюжет художнього твору, повне його злиття зі сценарієм. Цей прийом виходить за рамки «прихованої», непрямої реклами, та і взагалі реклами як такої. Тому, що, поперше, він не сприймається читачем (або глядачем) як реклама, бо тут відсутні пропозиції «в лоб», нав'язування, агресія, що притаманні, наприклад, рекламним відеороликам. А по-друге, тому, що іноді і сам письменник не вбачає в ньому цілеспрямованої реклами. Розв'язуючи певні творчі завдання, письменник може і не замислюватись про потенційний рекламний ефект свого твору [458, с. 283].



Іншим прикладом вдалої реклами за схемою «літературний твір – музей» може бути роман Ільфа і Петрова «Дванадцять стільців». Одна із сцен цього роману відбувається у московському Музеї меблів. Цей музей був створений в 1919 році в особняку Гіршмана. Потім відбулося декілька реконструкцій, а в 1926 році музей було ліквідовано.

Через вісімдесят років у Москві знову відкрився Музей меблів. Але вже в іншій будівлі (на Таганці), з іншою експозицією [459]. Не зважаючи на це, відвідувачі все одно запитують у працівників музею: «Ще до вас приходив Остап Бендер?» Тому рекламні акції музею часто будуються з урахуванням популярності роману «Дванадцять стільців».

З цієї точки зору заслуговує на увагу і такий факт: в той час, коли закриваються деякі державні музеї, з'являються повідомлення про створення музеїв приватних.

Так, в 2013 році в Одесі відкрився Музей контрабанди. А музеїв піратства в тому ж році відкрилося аж два: в Євпаторії (Україна) і у Флориді (США). І це в додаток до тих, що вже давно існують в Сантьяго-де-Куба, в Кульєрі (Іспанія), в Нассау (Багамські острови) та інших містах світу.

Поштоvhом для створення музеїв з такої тематики послужили численні пригодницькі та детективні романи і кінострічки, присвячені цим «захоплюючим» заняттям.

Усвідомлюючи ефективність зв'язку успіху музею з літературними творами, працівники одеського Музею контрабанди запланували видання збірки оповідань про те, як у восьмидесяті роки громадяни СРСР, які виїжджали на постійне місце проживання за кордон, примудрялися провозити різні речі [460].

Зрозуміло, що тут не йдеться про product integration, але ж зв'язок музеїв із літературою закріплюється і в такий спосіб.

Ефективність такого маркетингового прийому тим більша, чим більш цікавою і потужною є літературна основа. Яскравий приклад – музей Шерлока Холмса. Успіх творів Артура Конан-Дойла не міг не привести до того, щоб у Лондоні з'явився музей за адресою Бейкер-стріт, 221b.

Ще далі в такій практиці пішов лауреат Нобелівської премії з літератури Орхан Памук, який одночасно з написанням роману «Музей невинності» займався створенням цього самого музею.

За музейною класифікацією Музей невинності відноситься до музеїв міського побуту ХХ століття. Основу його експозиції складають численні антикварні речі, які письменник збирав протягом багатьох років, відвідуючи блошині ринки та антикварні крамнички. Власне, саме ця колекція і надала поштовх до написання роману. «Кожна стара річ, – говорив в інтерв'ю каналу CNN Орхан Памук, – була частиною життя конкретної людини. Так поступово народився замисел роману «Музей невинності». Головний герой Кемаль не може забути свою кохану Фюсун, збирає речі, з нею пов'язані, – чашку, з якої вона пила, олівець, яким вона писала, сережку, котру загубила під час кохання. Він викупив дім, в якому виросла його кохана, і перетворив його в її музей. Довгі роки я нікому не зізнавався, що збираюсь відкрити музей, тому що боявся глузувань. Потім, коли я почав отримувати гроші за видання своїх романів, в мене з'явилась можливість втілити мрію у життя» [461].

Цей приклад показує, що деякі письменники одразу створюють комерційний проект, орієнтований на зв'язок із музеєм.

Так чи інакше, але у всіх наведених прикладах має місце взаємна спрямованість реклами: книга рекламує музей, музей рекламує книгу. З урахуванням тієї ролі, яку грають в житті суспільства книги та музеї, слід визнати, що дана маркетингова стратегія поєднує в собі як ознаки комерційної, так і соціальної реклами, посилюючи тим самим позиції обох культурних інститутів.

Засоби художньої літератури (на відміну від офіційних путівників) дозволяють музейним експозиціям «ожити»: стряхнути пил століть, вийти з вітрин і стати ближче до відвідувача, не зважаючи на сигналізацію і загрозові таблички «Руками не торкатись!» Книги із захоплюючим сюжетом частково компенсують дефіцит подій, який притаманний музеям. Му-

зейні працівники, які наполегливо продовжують позиціонувати музей як «храм мистецтва», намагаються обмежити комунікацію між відвідувачем та музейним експонатом, тоді, як гарний роман може дати читачеві відчуття співпричетності не лише до музейних експонатів, а й до історичних подій, що з ними пов'язані.

Порушити «храмовість» музею, похитнути ідею про недоторканність музейних фондів намагаються в Державному музеї історії релігії (Санкт-Петербург). «Символіка сакрального: практика розкодування музейного предмету» – таку назву має інтелектуальний проект цього музею. Об'єктом дослідження в проекті є музейний предмет як основна одиниця музейного фонду і першоджерело інформації про те середовище побутування, з якого від був винятий і яке репрезентує. Але для відвідувача музейний предмет часто залишається річчю-в-собі, «зачарованим» уламком іншого світу. «Розвіяти чари», висвітлити сутність музейного предмету – завдання проекту, який реалізується у форматі дискусійного клубу. В центрі уваги кожного засідання опиняється один унікальний предмет з музейної колекції, який спеціально виймають із фондосховища для актуалізації його сакральних та естетичних смислів в речимі інтерпретації сфери символічного [462].

По суті, цю ж функцію може виконувати і книга. Засоби художньої літератури дозволяють розповісти про річ не менш компетентно і захоплююче. Ці ж самі засоби можуть також спровокувати навколо цієї речі дискусію, в ході якої можуть розкритись додаткові смисли. У випадку успіху такої книги, все, що треба буде зробити музейним працівникам, – виняти предмет з фондосховища не на один вечір (для одного засідання дискусійного клубу), а на більш довгий час, розмістивши у постійній експозиції.

Таким чином складається ситуація, коли спочатку письменник «приводить» до музею своїх персонажів, а потім і читачів. Музейним працівникам залишається підтримати цю ініціативу всіма можливими способами: налагодити зв'язки з авторами, які пишуть в подібних жанрах, подумати про можли-

вість заказів на такі твори, виступити в ролі літературних агентів і т.д. Презентації нових книг, автограф-конференції, читачькі форуми та інші подібні заходи також будуть сприяти скороченню дефіциту подійовості в музеях.

Втім, ця практика цікава не лише з точки зору маркетингових ефектів [463; 464], а й в дискурсі театралізації соціокомунікативного простору, як простору особливих смислів [465; 466].

Більшість музейних практик націлені на подолання синдрому пасивності аудиторії шляхом включення її в процес самостійного формування культурних смислів. Для цього, власне, і застосовуються нетрадиційні засоби, які запозичуються, перш за все, з арсеналів видовищних мистецтв.

Деякі дослідники вважають, що саме ці засоби не лише трансформують музейний простір, а й активізують фантазію і культурну незалежність аудиторії [467], що сприяє актуалізації необхідного вільного діалогу [468]. Таким чином створюються умови для зберігання балансу між «музеєм-колекцією» і «музеєм-подією» [469].

Втім, твори художньої літератури з музейної тематики створюють ще одну форму – віртуальну.

В цьому плані заслуговують на увагу музеї, які існують лише на сторінках літературних творів. Їх немає у реальності, їх вигадали письменники, але музейний комунікативний простір в них та навколо них ані трохи не поступається справжнім музеям за інформаційною насиченістю [466].

Наприклад, своєрідний музей запропонував створити поет С.Я. Надсон:

Дураки, дураки, дураки без числа,  
Всех родов, величин и сортов,  
Точно всех их судьба на заказ создала,  
Взяв казённый подряд дураков.  
Если б был бы я царь, я б построил им дом  
И открыл в нём дурацкий музей,  
Разместивши их всех по чинам за стеклом  
В назиданье державе моей.

Серйозну дискусію здатен підняти такий музей.

Вигадані музеї існують і у фантастичній літературі. Дивовижний музей казкових артефактів «створили» Аркадій і Борис Стругацькі в романі «Понеділок починається в суботу». А в їх романі «Жук у мурашнику» частина сюжету розгортається в Музеї позаземних цивілізацій.

Втім, коли йдеться про футуристичну фантастику, завжди є ймовірність того, що такий музей може з'явитись коли-небудь і в реальності.

Особливість цих віртуальних музеїв полягає в тому, що не лише письменники, які їх вигадують, а й читачі уявляють їх собі кожен по-своєму. Тобто скільки читачів, стільки і різних «музеїв» (хоча і об'єднаних однією ідеєю). В цьому випадку кожен читач є не лише умовним «відвідувачем» музею, а й сам його «створює»: уявляє і складає його експозиції, облаштовує інтер'єр тощо. Як і в дійсності, так і в уяві експонати не можуть існувати самі по собі, вони пов'язуються між собою певними обставинами, смислами. Смислами, що задаються сюжетом і фантазією читача. Це інформаційно-комунікативне поле є практично не обмеженим – ані простором, ані часом, ані смисловим різноманіттям.

Однак навіть якщо в літературному творі йдеться не про вигаданий музей (або артефакт), а про реально існуючий, в тексті він все одно піддається авторському осмисленню, наділяючись (певною мірою) ідеалізованими рисами.

Для позначення цього явища пропонується поняття особливої форми музейного простору – «музей-ідея».

Таким чином, художня література разом із науковою створює форму, що поєднує в собі такі форми, як «музей-колекція», «музей-подія», «музей-театр», «музей-ідея», – метаформу «музей–інформаційно-сміслові поле».

Це, до речі, додатково сприятиме формуванню нових музейних спільнот, про необхідність створення яких все частіше говорять зараз працівники музеїв. Адже сучасні музеї не лише відображають традиційні культурні та етнічні ідентичності [470; 471], а й відповідають за складання інших ідентичностей: міських, сільських, регіональних, субрегіональних,

професійних тощо [472; 473]. Тому розвиток сучасного музею багато в чому залежить від вміння сформуванати навколо себе зацікавлену спільноту і відповідний соціокомунікативний простір/середовище.

## Висновки до розділу 7

Деяким нетеатральним видам публічної діяльності театральність притаманна саме через наявність публіки, перед якою «виступають» умовні «актори»: в спорті – спортсмени; в показах мод – манекенниці; в музеях – екскурсоводи; на комерційних виставках та ярмарках – продавці (іноді – і професійні актори також). Ці види діяльності можна розглядати як субпростори, з яких складається соціокомунікативний простір культури. Всі вони мають специфічні риси, тому і театральність, яка в них проявляється, теж набуває специфічних особливостей.

1. Спортивні виступи з музичними темами, запозиченими з різних видів музичного театру, підтверджують не лише зовнішній зв'язок спорту з театром, а й взаємну обумовленість цього зв'язку. Ця особливість виявляється при розгляданні окремих виступів/програм в контексті уявлень про культурні артефакти.

2. Артистизм, як один з проявів театральності, в деяких нетеатральних сферах сприяє задачам, специфічним для цих сфер:

- в спорті надає спортсменам можливостей для вираження їх творчої індивідуальності;
- на показах мод дозволяє манекенницям втілити образи, що задумані дизайнерами;
- на виставках та ярмарках артистизм продавців сприяє налагодженню торгових відносин.

3. Театралізація показів мод, виставково-ярмаркової діяльності, музейної галузі сприяє розширенню їх комунікативного простору. Це не лише потрібно для вирішення суто комерційних задач, а й обумовлено усвідомленням ролі цих видів діяльності в соціокультурних процесах.

4. Театральність простору музею (не пов'язаного безпосередньо з історією театру як виду мистецтва) проявляється в різних аспектах, обумовлених певними цілями і завданнями:

– науковими – дослідження артефактів в «оживленому» стані, реконструйованому подійовому форматі;

– практично-фінансовими – збільшення кількості відвідувачів;

– комунікативними – підвищення якості інформаційних зв'язків «глядач – музейний експонат», «музей – соціокультурне середовище» та інших.

5. Музейний простір є комунікативним за своїми цілями, завданнями та формами існування. При цьому він не є замкнутим, бо музейна комунікація – це не лише обмін інформацією усередині музею.

Виходу музейної комунікації на «простори» суспільного буття сприяє і художня література з музейною тематикою. Ефективність зв'язку «музей – літературний твір» полягає не лише у взаємній рекламі, а й в суттєвому розширенні комунікативного простору музею.

Художня література, в якій так чи інакше згадується якійсь музей, разом із науковою літературою з музейної тематики створюють форму, яка поєднує в собі такі форми, як «музей-колекція», «музей-подія», «музей-театр», «музей-ідея», – метаформу «музей-інформаційно-сміслові поле».

## **Розділ 8**

# **ТЕАТРАЛЬНІСТЬ БУТТЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ХАОСУ**

Соціальні, культурні, світоглядні, смислові, ціннісні та інші трансформації, які наразі переживає людство, все частіше викликають у людей відчуття втрати раціонального, впорядкованого існування, аномії (за Е. Дюркгеймом), а соціологів та філософів спонукають до більш детального розгляду та осмислення такого становища через поняття «соціальний хаос».

### **8.1. Співвідношення понять «хаос» і «космос/порядок» в античній та сучасній філософії**

Іноді в наукових публікаціях, присвячених проблематиці соціального хаосу, можна натрапити на лаконічне зауваження про те, що «проблема співвідношення хаосу – як безпорядку, і впорядкованого стану, тобто космосу – як порядку, вперше була поставлена ще в античній філософії» [474, с. 43].



Проте до такого співставлення антична філософська думка дійшла не одразу.

В ранній античній філософії, як і в античній міфології, хаос мислився не як міра порядку, а, переважно, як просторова категорія і творче начало.

Слово «хаос» походить від грецького χάος, chaos, яке означає, насамперед, «зів», «позіхання», «зьяння», «розверстий простір», «пустий простір».

Гесіод надавав хаосу тлумачення як міфологічне – одна із першопотенцій, так і фізичне – безкінечний і пустий світовий простір [475]. У Еврепіда та Проба хаос є простором між небом і землею [476, с. 579]. В цілому, наприкінці класичного періоду в Греції існували дві концепції хаосу, що походили від гесіодівського тлумачення: одна висувала на перший план поняття хаосу, як фізичного простору, друга пояснювала хаос, як дещо життєдайне, як основу світового життя.

Перша концепція набула розвитку у філософії Аристотеля та Платона. Аристотель розумів хаос просто як фізичне місце, де знаходяться ті чи інші фізичні тіла. Платон, хоча само це слово і не використовував, говорив про «чисту матерію», як факт існування тіла, що не залежить від його реальних властивостей. Тобто йшлося не про якесь тіло, а про принцип неперервного становлення тіла [476, с. 580].

Дехто зі стоїків розумів хаос як простір, в якому розташовуються речі. Наприклад, у Секста Емпірика читаємо: «Хаос – це місце, яке містить в собі ціле. Якщо б він не лежав в основі, то ні земля, ні вода, ні решта елементів, ні весь космос не змогли б виникнути. Якщо ми мислено усунемо все це, то не зникне місце, в якому все було. Проте воно залишиться, містячи три виміри: довжину, глибину та ширину, не враховуючи опору» [477].

Розуміння хаосу як безкінечності, але не в просторі, а в часі, бачимо в творах Марка Аврелія: «Зверни увагу на те, як швидко все забувається, на хаос часу, безмежного і в тій, і в іншій бік...» [257].

Перші трактування хаосу як неупорядкованого стану матерії з'являються у філософів Емпідокла, Анаксагора та поета Аполлонія Родоського [476, с. 580].

Схожі погляди були й в Овідія, але він вже доповнював їх розумінням необхідності творчого начала саме для перетворення неупорядкованої матерії в упорядкований космос. Функцію здійснення цього перетворення Овідій покладав на *mundi fabricator* (влаштовувач, організатор світу) або на *orfes regum* («майстер речей») [476, с. 580]. Платон (в діалозі «Тімей»), Аристотель, Прокл та гностики цю функцію приписували деміургу, як творцю космосу, отцю-майстру, що створює небо, землю та її мешканців.

Взагалі, антична філософська думка рухалася, як зазначав О.Ф. Лосев, у напрямку тих формул, які можна було б застосувати для характеристики хаосу як принципу становлення. Почали з'являтися думки про те, що в хаосі міститься єдність протилежностей: хаос все розкриває і все розгортає, дає можливість всьому вийти назовні; і водночас він все поглинає, все ховає усередину.

В творах Овідія ця властивість хаосу втілюється в образі дволикого Януса, який виступає і як творче начало, і як руйнівне.

В цілому, міфопоетична концепція хаосу була, як зазначав В.Н. Топоров, «породженням відносно пізньої епохи, яка передбачала вже певний рівень спекулятивної думки про джерела та причини суцього» [476, с. 581]. До характеристик хаосу тоді відносили безкінечність у часі та просторі, роз'ятість до пустоти, або, навпаки, змішаність всіх елементів, неупорядкованість, і, як наслідок, максимум ентропічних тенденцій, виключення із сфери передбачуваного. Але головною рисою хаосу все ж таки вважалася здатність до породження всього суцього.

Саме тому космос (від грецьк. *κόσμος* – порядок, впорядкованість, будова, світ, світобудова, краса, прикраса) завжди є вторинним по відношенню до хаосу – як у часі, так і за складом елементів, із яких він утворюється.

Таке уявлення про космос антична філософська думка підкріплювала «тимчасовістю» хаосу не лише в його початку,

а й наприкінці, коли він мав зруйнуватися в результаті якогось катаклізму (всесвітній потоп, пожежа) або «зношування» космічного начала у хаосі [478, с. 10].

Космос тут також мислився, як просторова категорія, і часто уявлявся як дещо, що міститься всередині хаосу, який оточує космос зовні. Космос, що розширюється і самоорганізується, може змістити, посунути хаос на периферію, але не подолати його.

Схожі уявлення про співвідношення хаосу і порядку побутували і в українській міфотворчості. Українські колядки донесли до нас давні розповіді про те, як з хаосу – первинного океану, створився світ – структурована система, що підкорена порядку і гармонії [248, с. 48]:

Якщо не було початку світа,  
То ще не було неба, ні землі,  
А лишень було широке море,  
А на тім морі явір зелений,  
На тім яворі три голубочки,  
Три голубочки раду радили:  
– Як би ми, браття, світ поставили?  
Ой, ходім, браття, аж на дно моря  
Та там добудем дрібного піску.  
Тот пісок дрібний посієм всюди,  
Та встане з него свята земля,  
Та буде тамки золотий камінь.  
З того камня буде сонце.  
То буде сонце і місяць ясний,  
Рум'яна зоря й звізди прекрасні...

Отже, бачимо, що хоча ще не було ані неба, ані землі, основні елементи вже існували. В тому числі і Дерево, як елемент, що завдає структуру світобудови. Голубам-деміургам треба було решту елементів впорядкувати, поєднати, звести у систему з певними зв'язками та взаємозв'язками між ними. Тобто ідея порядку, або основний проект порядку, в образі Дерева вже існував.

Одночасне існування хаосу і порядку бачимо й в колядках, де в ролі деміургів виступають павуки [479]:

Ой як то було з початку світа,  
Ой як не було святої землі,  
Ой но на морі павутиноньки,  
Ой там братоньки раду радять:  
– Як би нам, брате, в глибокі води,  
Тогди ми, брате, світ обснуємо,  
Світ обснуємо і наситимо,  
Світ наситимо і наповнимо.

Тут ідея структурування світу посилюється наявністю павутиння – одного з найдосконаліших творінь природи з точки зору геометрії. «Перед нами постає сяючий образ павукаткача, що снує нитки-промінці, засновує їх різноманітними виявами життя, насичує барвами й звуками, наповнює живлячим духом, – коментує цю колядку Ярослава Музиченко. – Ми знаємо, що в колядках такого типу завше дістається з дна моря золотий камінь-сонце, і тоді вже з'являється світ. Ми кажемо: світ *заснувався*, сонце – то *основа* життя...» [248, с. 138].

Солярні міфи, до речі, також дають багато прикладів впорядкування невпорядкованої, неорганізованої, «розгубленої» матерії або енергії. Тільки тут інший спосіб впорядкування – через плетіння. В таких міфах деміурги, або персонажі, які ототожнюють Сонце, завжди плетуть вінки.

В українській колядці, яка побутує у Хмельницькій області, є такі рядки [248]:

По горі-горі пави ходили,  
Пави ходили, пір'я губили,  
За ними ішла гречная панна,  
Пір'я збирала, в рукав ховала,  
З рукава брала, по столу клала,  
А з стола брала, вінок звивала...

Схожій сюжет є і в польській колядці «Конопелька», зафіксованій в Мазовецько-Подляських землях [480]:

Cienka, mała konopielka,  
Hej ło-łom!  
Jeszcze cieńsza jak kraśniejsza,  
Pawki pasie, piórka zbiera,  
Co zbierze, w zapaskę kładzie,  
A z zapaski wieniec wije,  
I uwiła pawi wieniec,  
Przyszpiliła do swej główki...

Цей сюжет, де пір'я павичів символізують промені Сонця, можна вважати спільною міфологемою для всіх слов'ян. Як і багато інших, в яких йдеться про плетіння вінків із сонячних променів.

Втім, плетіння, як спосіб організації матерії/енергії, фіксувалося не лише у формі вінків, а й в більш складних візерунках. Такі переплетіння можна бачити в багатьох артефактах декоративно-ужиткового мистецтва, зокрема – в ювелірних жіночих прикрасах [8]. Наприклад, в колтах, на яких часто зображали грифонів або ситарглів, хвости яких перепліталися в складному візерунку, що не мав ані початку, ані кінця. Якщо враховувати, що ситаргли, жар-птиці, павичі символізували Сонце або сонячну енергію, то таку плетінку можна вважати ще одним принципом впорядкування цієї енергії.

Тобто знову ж таки йдеться про те, що певний порядок у первинному хаосі вже існував. Деміурги мали лише зробити так, щоб порядок почав переважати над хаосом.

Саме ці уявлення про співвідношення хаосу і космо-су/порядку транслюються і набувають нового осмислення в сучасній науці. Зокрема, в сфері дослідження дисипативних (за І. Пригожиним) систем – нелінійних, таких, що самоорганізуються.

«Найважливіша особливість дисипативної системи, – зазначає О.П. Дзобань, – полягає в тому, що вона поєднує порядок з хаосом. Виникнення порядку в такій системі з кількісного погляду виражається у зменшенні її ентропії, але останнє відбувається за рахунок збільшення хаосу в навколишньому середовищі. Система не тільки виникає, а й існує за рахунок

поглинання порядку з середовища (так би мовити, «харчується» порядком) і, отже, посилення там хаосу». Тобто порядок і хаос не виключають один одного, а «доповнюють один одного так, що ні порядок не може існувати без підтримуючого його хаосу, ні хаос – без порядку, що породжує його» [481, с. 4].

До таких дисипативних систем сучасна філософська думка відносить не лише деякі природні явища (атмосфера, турбулентні потоки, різні види аритмій серця, нестабільні хімічні реакції тощо), а й соціальну реальність зі всіма її складовими (суспільство, окремі соціальні групи, психіка людини, культура, економіка, політика, соціальні комунікації тощо).

При цьому в публікаціях, присвячених розгляду соціальних явищ та процесів, часто йдеться про періодичну зміну хаосу на порядок, і навпаки. Ця формула, яка стала вже майже традиційною, походить, мабуть, ще з часів Н. Макіавелі, який в своїй книзі «Історія Флоренції» писав про те, що логіка безперервних перетворень змушує державу періодично переходити від стану порядку до безпорядку, а потім навпаки. Наразі її продовжують повторювати, намагаючись пояснити «періодичність взаємопереходів соціальної матерії від упорядкованості до хаосу і назад» чергуванням «двох процесів, що виключають один одного – ієрархізації та деієрархізації» [481; 482].

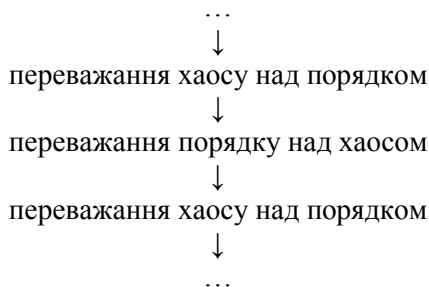
Для більшої наочності деякі автори навіть вдаються до схематичного зображення: «– хаос – порядок – хаос – порядок – ...» або «хаос ↔ порядок» [483; 484].

Проте, чи відповідає ця формула дійсному стану речей? Адже, як було зазначено, хаос і порядок завжди співіснують в одній дисипативній системі, доповнюючи і обумовлюючи один одного.

Соціальні системи, як відкриті, нелінійні, такі, що самоорганізуються, завжди є дисипативними. На це вказує і В.А. Бачинін, говорячи про те, що в будь-якій соціальній системі ентропія завжди присутня в якості латентної можливості знаходитись в точці біфуркації. Тобто система завжди знаходиться в «точці розгалуження різних варіантів ймовірного майбутнього розвитку», що означає постійне нестале поло-

ження [485, с. 146]. Це доводить і І.В. Єршова-Бабенко, розглядаючи будь-які соціальні системи і середовища, як психомі- рні. Аналіз таких систем (психіки людини, суспільства, соціаль- них груп, культури тощо) дозволив їй сформулювати уявлення про психіку, як про специфічну форму природної та соціаль- ної реальності, яка постійно знаходиться в стані появи дисипа- тивних структур різних рівнів [94; 123].

Отже, виходячи з того, що дисипативні системи завжди поєднують в собі і хаос і порядок, а всі соціальні системи і се- редовища є дисипативними, то слід визнати, що в соціальних системах відбувається не зміна хаосу на порядок (чи навпаки), а зміна співвідношення хаосу до порядку. Тобто для соціаль- ної реальності схему «хаос – порядок – хаос – порядок – ...» пропонується уточнити:



Питання про співвідношення хаосу і порядку виводить також на дискусію щодо фазових переходів у складних систе- мах/середовищах.

Тут провідною ідеєю є модель американського біокібер- нетика Стюарта Кауфмана, згідно з якою всі складні системи поділяються на два класи – «газоподібні» та «тверді», тобто на хаотичні та впорядковані [486]. При цьому між класами мож- ливі переходи – система може як набути жорсткої структури, так і втратити її. Саме при такому переході в системі можуть відбутися якісні зміни, тобто здійснитися акт еволюції.

Найбільш наочно ця теорія пояснюється на прикладі сніжинок. Частіш за все вони набувають форми плоского ден-

дриту [487], схожого на розгалужену шестикутну зірку. В основі цієї форми – симетрія кристалу льоду. Цей кристал має форму шестигранної призми, тобто його бокові грані прямокутні. Тому насправді сніжинка – це дуже тонка призма.

Якщо у будові єдиного кристалу головне – заповнення простору (замерзання сполушної маси води дає сполушну кристалічну масу льоду), то замерзання пару та мікрокрапель йде шляхом росту кристалів в майже пустому повітряному просторі, і тому дає безліч окремих сніжинок, кожна з яких збудована по-своєму [488]. Це призводить до безмежної неповторності візерунків сніжинок, серед яких досі не траплялося двох однакових [239; 489].

При цьому розміри сніжинок майже однакові, їх дендрити зазвичай дорівнюють одному міліметру. Але чому не більше? Адже у повітрі сніжинкам ніщо не заважає рости. Звісно ж, вони можуть ламатись, але на сніжинках немає слідів зламу – кожна з них є завершеною формою. До того ж – завжди строго симетричною. І знову ж питання: чому? Якщо дендрити ростуть в свободному просторі, мають «схильність» до різноманіття, то чому кожна з гілок однієї сніжинки не росте за окремим законом? «Очевидно, – роблять висновок деякі дослідники, – що в сніжинці, як цілісній системі, відбувається якийсь процес самоорганізації, який згодом завершується» [488].

Іншими словами, кожна сніжинка, як складна система, при виході із хаосу (охолодженого пару) утворює своє впорядкування.

Проте, як само це відбувається і чому – досі невідомо. Той факт, що в одній сніжинці кожна гілка росте у тому ж вигляді, що й її «сусіди», вказує на наявність спільної програми розвитку. Але де і як вона записана? Яким чином закодована? Як відбувається розподіл по всім шістьом гілкам? Як вона, в решті решт, генерується?..

На ці запитання відповідей поки що нема.

Втім, це не заважає науковцям використовувати сніжинку, точніше – її структуру, як дослідницький інструмент в різ-



них галузях [490]. Будь-яка наукова галузь, яка має справу зі структурами та структурованими процесами, час від часу звертається до структури сніжинки. В математиці, в теорії фракталів, існує відома модель-сніжинка Коха [491], в інформатиці за схемою сніжинки організуються таблиці в багатомірних базах даних [492], схема сніжинки використовується в моделюванні природних явищ, для прогнозування, наприклад, лісних пожег [493]. Навіть у письменництві є «метод сніжинки», за яким рекомендується створювати текст складного літературного твору – повісті, роману [494].

Зрозуміло, що в подібних практиках сніжинка сприймається не як природне явище, а як ідеальний образ, модель. Тому тут вона вже виступає не в якості об'єкту дослідження, а як дослідницький інструмент (або як принцип певної практичної діяльності).

Образ сніжинки, як дослідницька метафора, може бути корисним і для філософського осмислення соціальної реальності.

Наприклад, якщо змінити масштабність об'єкту дослідження і розглядати не окрему сніжинку (або сніжинку, як таку), а сукупність сніжинок, що падають з неба, то матиме ще одну модель поєднання хаосу і порядку. Модель, в якій всі сніжинки/індивіди однаково за природою, але різні за «характером»; всі летять в одному напрямку (до землі під дією гравітації), але у кожного своя траєкторія польоту і своя точка приземлення. Чи не матиме ми в такому разі безліч структурованих, впорядкованих систем, які знаходяться в хаотичному русі в атмосферному середовищі?

І чи не саме таке співвідношення порядку і хаосу спостерігається у суспільстві, яке складається з індивідів, кожен з яких є унікальною (як і сніжинки) особистістю? Адже, як зауважує Е.А. Гансова, «сутність соціальних відносин полягає в тому, що в їх основі знаходиться багатоманіття інтересів, потреб та цінностей. Це, перш за все, обумовлено всіма боками життя особистості. Соціальні відносини передбачають поєднання культурних, моральних, індивідуально-особистісних особливостей» [495, с. 27].

Принаймні, це відповідає зробленому раніше висновку про те, що сучасна соціальна реальність – це не просто «театр», а сукупність персональних, індивідуальних «театрів», коли всі грають щось спільне і, водночас, кожен своє.

Хай там як, а на тлі подібних розмірковувань важливим стає не лише питання про співвідношення хаосу і порядку в соціальній реальності, а й питання про те, як впливає хаос (або відчуття хаосу) на кожен окрему особистість та суспільство.

## **8.2. Театралізація життя в умовах соціального хаосу: онтологічно-психологічний аспект**

Як одне з базових понять сучасної соціальної філософії, поняття «соціальний хаос» характеризує продуктивний аспект змін, що відбуваються антропомірних системах/середовищах, осмислюється як механізм формування нового порядку соціальної реальності, регуляції дій людини в суспільстві та дій суспільства як макросуб'єкта. Концепція «соціального хаосу» наразі розробляється в різних аспектах: від формування уявлень про динамічний, з творчими потенціями хаос [496] до теорії «керованого хаосу» [497; 498]. Коло дослідників, які так чи інакше торкаються цієї тематики, постійно розширюється. Інтерес до різних аспектів соціального хаосу, соціальної нестабільності бачимо в працях таких дослідників, як В. Буданов, М. Омельченко, О. Дзьобань, Р. Генон, Е. Дюркгейм, Р. Мертон (соціальний хаос, аномія), М. Каган, О. Астафьева, Н. Косолапов (соціальна нестабільність), Н. Елдрідж, С. Гулд (контрольована нестабільність), Л. фон Мізес (плановий хаос), І. Пригожин, І. Стенгерс (порядок із хаосу), І. Єршова-Бабенко та представники її наукової школи (хаос в дискурсі психосинергетики), Г. Спенсер, М. Вебер, В. Андрущенко, М. Михальченко, М. Попович, Т. Розова (модернізація), А. Гладишев, В. Іванов, В. Патрушев, І. Кульчий

(реформування), Д. Белл, Є. Бистрицький, В. Таран (перехідність), Є. Боринштейн, М. Цибра, З. Атаманюк, Е. Гансова (особистість в умовах соціальних та політичних трансформацій) та багато інших.

При цьому завжди є актуальною проблема сприйняття соціального хаосу людьми на психологічному рівні, усвідомлення його в онтологічному аспекті.

Дослідники онтології соціального хаосу А.П. Павлов та П.А. Павлов зауважують, що «частіш за все хаос сприймається як ознака деструктивності, кризи, занепаду, руйнування. Однак, не менш важливий модус хаосу – відчуття безглуздості існування, порожнечі, апатія, душевна втома і т.д. Онтологічний хаос є притаманним як «епосі змін» (війни, революції, соціальні кризи), так і часу стабільного застою» [499, с. 136]. До негативних проявів соціального хаосу дослідники відносять розірвання традицій та зв'язків між поколіннями, руйнування соціальних міфів, знецінення важливих для даного суспільства цінностей, порушення звичного порядку життя та розрив соціальних зв'язків. У стані соціального хаосу люди втрачають здатність до виконання своїх соціальних ролей, знижується відчуття відповідальності перед суспільством та іншими людьми, руйнуються соціальний діалог та соціальна солідарність. Все це обумовлюється особливою онтологічною проекцією, яку дослідники характеризують як «смісловий вакуум» [499, с. 137].

На втрату смислів, інформаційну дезорієнтацію, як ознаку соціального хаосу вказує і Н. Косолапов. На його думку, соціальна нестабільність часто сприймається людьми, як ситуація потенційно загрозлива, небезпечна, особливо в тих випадках, коли вони не знають і (або) не розуміють, що саме відбувається, не можуть інтерпретувати події в звичних для себе поняттях та категоріях; не мають достатньо часу та можливостей для отримання і тлумачення необхідної інформації; не контролюють і не мають можливості впливати на події [500].

Втрата смислів, як одна з характеристик соціального хаосу, виводить проблематику в поле інформаційного аспекту.

Намагаючись пояснити властивість інформації як першооснови світу, яка визначає характер зв'язків між матеріальними об'єктами, їх впорядкування, Леонід Мосіонжник вдається до уявного експерименту з книгою. «Візьмімо, наприклад, книгу – томик Пушкіна, – пропонує вчений. – Матеріально вона складається з декількох сотен грамів паперу, декількох грамів типографської фарби, клею тощо. Візьмімо ці речовини окремо та змішаємо. Як довго нам треба буде мішати, щоб отримати книгу з віршами Пушкіна? А справа в тому, що ми взяли лише матерію, а не інформацію про неї – і замість потрібної нам речі отримали хаотичну суміш» [153, с. 37 – 38].

Розмірковуючи далі, вчений говорить про те, що будь-яка книга може складатись із точно такої ж кількості фарби і паперу, але при цьому часточки фарби можуть скластися в ній в іншому порядку, і тоді це вже буде, наприклад, підручник з фізики. З іншого боку, ті ж самі вірші Пушкіна можуть існувати не лише в друкованому вигляді, а й в рукописному, у вигляді звукових хвиль (під час читання вголос), на електронному носії, у пам'яті читача: матеріально між цими способами збереження інформації немає нічого спільного, проте це будуть ті ж самі вірші [153, с. 38].

Наочність цього пояснювального конструкту спонукає до подальших роздумів. Наприклад, постає питання: чому вважається, що коли з мішанини фарби та паперу не виходить томик віршів Пушкіна або підручник з фізики, то виходить саме «хаотична суміш»? Адже в цій суміші речовини/елементи також якось розташовуються... Може тому, що в цьому розташуванні ми не бачаємо смислу? А бачимо лише плями на папері?

З іншого боку, навіть у плямах Роршаха ми завжди примудряємось знаходити якісь смисли. Чи не тому, що вони є симетричними? І тест Роршаха, базуючись на симетрії, як одному з законів/порядків природи, автоматично підштовхує нас до того, щоб надавати безформним плямам сенсу?

Так само відбувається і з асиметричними формами, наприклад, з мушлями морських молюсків, в яких ми не бачимо

ніякого інформаційно-сміслового змісту, доки не вбачимо в них логарифмічної спіралі – одного із проявів «золотого перетину» [501]. І тоді розуміємо, що закручується ця спіраль завжди строго за законом: приріст величини є пропорційним самій цій величині. І залучаємо до осмислення цього явища числа –  $e$  та  $\Phi$ , – які називаємо константами. Чому? Чи тому, що вони об'єктивно є постійними, чи внаслідок підсвідомого бажання відчутти наявність «противажилів» хаосові? Хоча самі по собі ці числа аж ніяк не долають хаосу, бо він є їх сутністю: всі константи – це ірраціональні числа. Проте саме їх ми залучаємо для описання фундаментальних законів/порядків природи: число  $e$  (основа натуральних логарифмів) пов'язано із однорідністю простору і часу, відображає закони збереження енергії та імпульсу [502], а  $\Phi$  – із геометричним впорядкуванням та структуруванням матерії, із можливістю виміряти гармонію за допомогою циркуля та лінійки [503].

Чи не дають всі ці приклади приводу вважати, що впорядкованими нам здаються лише ті структури, в яких ми вбачаємо смисл? Або, навпаки, пошук смислу полягає у виокремленні порядку із хаосу?

Хай там як, але коли смислів стає занадто багато, виникає інформаційне перевантаження, яке, знову ж таки, приводить до відчуття хаосу.

І тоді виникає питання: яким чином людина, як психомірна система, може впоратись з такими кризовими ситуаціями, які виникають у соціумі, як психомірному середовищі?

Частково на це питання відповіла і запропонувала практичне рішення професор І. Єршова-Бабенко, розробивши авторський метод психокорекції «Створююча Сила» (“Creative Power”), до складу якого входить методика «Видалення зайвого» [123; 504]. В основі цієї методики лежить можливість власного впливу людини на свій психічний стан. «Керуючись принципом видалення зайвого, – пояснює І. Єршова-Бабенко, – людині пропонується, наприклад, під час роботи з текстом, спочатку видалити зайве, а не знайти головне. В результаті

текст як лінгвістичне ціле розпадається, і замість нього перед людиною виникає зовні хаотичне утворення з декількох слів або словосполук. Насправді ж це хаотичне утворення є смислорозмістовним атрактором. Кожна смислова одиниця, що утворюється, та її похідні містять більше інформації, ніж на початку» [123, с. 9].

Тобто тут вже не пояснення природи інформації через метафору руйнування текстового її носія, як у Л. Мосіонжника, а практичне втілення механізму перезапуску процесу самоорганізації задля відновлення психо-ментального стану людини.

Ефективність цього методу обумовлена тим, що взаємовплив інформаційно-смислового та емоційного потоків, які утворюються людиною, відбувається на основі когерентного нелінійного зворотного позитивного зв'язку та супроводжується їх посиленням, в тому числі і всередині самої людини, на рівні її внутрішнього психічного стану. Долаючи «лінгвістичний» хаос в результаті виконання вправи за методикою «Видалення зайвого», людина долає і «психологічний» хаос в собі.

Таким чином відбувається самоорганізація особистості внаслідок внутрішньої її перебудови, як складної системи.

Особистість, як систему, здатну до таких процесів самоорганізації, розглядає і Зоя Атаманюк, наполягаючи на тому, що «зменшення порядку, безлад між її елементами призводять до руйнування цілісності, а подальше формування і поступове посилення порядку і встановлення нової субординації елементів системи призводить до виникнення нової цілісності» [505, с. 10].

Можна припустити, що у більш широкому контексті впоратись із відчуттям соціального хаосу людям допомагає театралізація життя. При цьому вона дозволяє не видаляти (або зсувати на периферію) «зайву» інформацію, а переводити її в інші форми сприйняття та осмислення – через символи, образи, архетипи, міфологеми тощо.

Головною ідеєю тут є усвідомлення того, що театр завжди передбачає наявність режисера, сценарію, законів жанру та інших компонентів, які вказують на те, що якісь правила

гри, якійсь план все ж такі є. Тобто не все є таким некерованим, неупорядкованим, непередбаченим, безглуздим, як здається.

Звідси – і давня ідея про Творця-Деміурга, і сучасна – про «Трансцендентного Режисера».

Звідси – інші назви «золотого перетину»: «божественне число», «божественна пропорція».

Звідси – і відома фраза “Deus ex machina”, яка походить від практики давньогрецького театру, коли в критичний момент вистави спеціальний кран піднімав над сценою актора, який зображав верховне божество. Саме це божество мало розв’язати всі складні, неподоланні проблеми головних героїв п’єси.

Звідси – віра людей у всілякі «ХПП» («хитрий план Путіна», «хитрий план Порошенка»).

Звідси – сучасна тенденція до створення персональних «театрів» у повсякденному житті, коли (як було показано у попередніх розділах) кожен сам собі і режисер, і драматург, і актор, і критик.

Звісно ж, театралізація життя не долає соціальний хаос. Йдеться лише про формування відчуття (в суто психологічному плані), що не все так хаотично, як здається.

Таким чином, до існуючих пояснень прагнення людей до театралізації життя можна додати ще одне – намагання впоратись із психологічним дискомфортом та екзистенційними страхами в умовах соціального хаосу.

І в такому разі можна говорити не лише про театралізацію життя, як культурну практику, а й про театралізацію свідомості, як один із способів (наряду із міфологізацією) інтерпретування дійсності.

Ще один аспект проблеми, який поєднує, хоч і непрямо, соціальний хаос і театралізацію життя, висвітлює Алла Нерубасська, аналізуючи стани людини в кризові, біфуркаційні періоди [506]. Її дослідження ґрунтується на класифікації особистостей, яку було запропоновано в книзі «Загальна теорія сис-

тем для гуманітаріїв» (автори – А. Уйомов, А. Цофнас, І. Сараєва). Згідно з цією класифікацією, особистість не лише розглядається як система, а й уявляється як така, що «грає ті чи інші соціальні ролі та розв'язує певні завдання» [507]. І хоч люди завжди пов'язані із системами, проте «одні – конструюють системи, інші – приймають участь в їх реалізації... Перші завдають концепти. Іноді вони ж розробляють структуру і здобувають субстрат».

Тобто знову бачимо поділ на «деміургів», «драматургів» (автори книги їх називають людьми-конструкторами), «режисерів» (структурні організатори) та «акторів» (субстрат, «гвинтики» системи).

Вступивши в суперечку із А. Уйомовим про те, чи може людина-конструктор жити, незалежно від колективу та поза ним, А. Нерубасська звернулася до висловлювань В. Шалаєва, на думку котрого, люди з біфуркаційною свідомістю можуть руйнувати традиційні норми і цінності, прагнучи нового [508]. Не погодившись ще й з В. Шалаєвим, дослідниця зауважила, що, на її думку, всі свої дії такі люди спрямовують на колективи та діють всередині них, бо поза колективом результати їх творчості не будуть визнані та оцінені, і таким чином втратять сенс [506, с. 51].

Знайшовши, таким чином, місце для конструкторів-концептуалістів, наділивши їх біфуркаційною свідомістю, дослідниця (так само, як і А. Уйомов) залишила поза увагою «руйнівників». Однак ця роль також є важливою. Бо іноді неможливо збудувати щось нове, не зруйнувавши старого. В соціальному «театрі» цю функцію виконують «трикстери». Саме вони, профануючи застарілі, неактуальні культурні цінності і норми, руйнуючи границі між «дозволеним» і «недозволеним», дискредитуючи «старі» соціальні міфи [204; 394], створюють біфуркаційні ситуації, з якими доводиться стикатись конструкторам-концептуалістам. І не лише конструкторам, а й організаторам, і субстрату.

Втім, на які б групи і типи дослідники не ділили особистостей, всі час від часу постають перед необхідністю долати як



внутрішні психологічні кризи, так і періоди соціального хаосу. Тоді всім доводиться мобілізувати якомога більше своїх внутрішніх ресурсів: творчих [509; 510], моральних [511], інтелектуальних [504; 512], соціально-адаптивних [513; 514] тощо. Адже, як зауважив В. Бодров, подолання стресу «робить недостатнім нормативне пристосування, потребує нових ресурсів, при необхідності змінити поведінку у важких життєвих ситуаціях, при хронічному впливі стресорів та негативних повсякденних подій» [515].

Активізація всіх цих внутрішніх резервів особистості, звісно ж, не змінить зовнішніх обставин, але може змінити погляд людини на них. І це – головний механізм запуску процесів самоорганізації, або самопереорганізації, особистості, націленої на розвиток в нових соціальних умовах.

Цей механізм передбачає не лише зміну ставлення до соціального хаосу через практику театралізації життя, а й внесення коректив у власний «ментально-психологічний профіль».

Для аналізу процесів, які відбуваються у свідомості людини, Роберт Ділтс (на основі досліджень Грегорі Бейтсона) запропонував піраміду нейрологічних рівнів [516]:

1 рівень – «Оточення» – події та оточення: Що в мене є?

2 рівень – «Поведінка» – дії та все, що їх обумовлює:  
Що я роблю?

3 рівень – «Здібності та можливості» – алгоритми та стратегії дій, ресурси та їх використання: На що я здатен і що я вмію?

4 рівень – «Переконання» – шаблони і стереотипи сприйняття, переконання та досвід, що на них впливає: У що я вірю?

5 рівень – «Цінності» – пріоритети, в тому числі моральні, внутрішня опора: Що для мене є важливим?

6 рівень – «Ідентичність» – самоідентифікація та уявлення про себе: Хто я?

7 рівень – «Місія» – сенс життя, покликання.

Кожна людина дає власні відповіді на ці запитання. Проте сучасна епоха трансформацій вимагає, щоб відповіді змінювалися протягом життя.

Тимур Жаббаров, наприклад, говорить про те, що сучасний світ вимагає від людини постійного перегляду цінностей. Посилаючись на теорію Аюба Назаретяна, яку той виклав у книзі «Нелінійне майбутнє» (2013), дослідник стверджує, що цінність має бути не самоціллю, а інструментом взаємодії із навколишнім середовищем. Адже завжди слідом за трансформацією оточення змінюються й цінності. Наразі цей процес помітно прискорився, тому, щоб людині вижити у безкінечних змінах культурно-ціннісних парадигм, треба навчитись не чіплятися за певні цінності та установки, як за абсолютні істини, визнавати, що все може змінитись, і неодмінно зміниться. При цьому людині треба «увійти в цикл трансформацій самої себе, який постійно повторюється і ніколи не завершується» [517].

Цьому заклику повністю відповідають попередні розмірковування про те, що соціальні «маски» не знищують особистість, а сприяють розширенню її соціального діапазону, дозволяючи грати різні «ролі» у «театрі» життя. Якщо раніше часта зміна «масок» сприймалася негативно (як прояв непостійності, нестабільності життєвих принципів та цінностей), то тепер це стає необхідністю.

Але тут ховається ще одна проблема транзитивних епох. На неї звертає увагу Нассім Талеб, американський публіцист, економіст, трейдер, автор книги «Чорний лебідь. Під знаком непередбачуваності» (2007). «Сам по собі розвиток є благотворним та невідворотним, – зауважує він, – питання лише в тому, як ми до нього адаптуємось. Якщо суспільство недостатньо швидко пристосовується до змін, на нього чекає колапс. Проте занадто швидке пристосування перетворюється у регрес: суспільство починає втрачати те хороше, що в нього було до того, як почалися зміни» (Газета РБК від 16 листопада 2017 р.).

Проте на індивідуальному рівні все ж таки головною проблемою є необхідність адаптуватися під умови, що складаються. В цьому плані найбільш адаптованими (і адаптивни-

ми) є сучасні підлітки. «На місце «підготовленого до життя», «такого, що знає світ», «впевненого у завтрашньому дні» дорослого приходять спонтанний підліток, який все досліджує, з більш відповідним до нового світу набором рис, – помічає Тимур Жаббаров. – Він гнучкий, готовий працювати у команді, digital native, цінує щирість та чесність, поєднуючи їх із безкінечним іміджмейкінгом у соцмережах» [517].

Той факт, що якась частина соціального «театру» переходить в кібер-простір, є одночасно і результатом соціальних та комунікативних трансформацій, і способом адаптації до них.

Все цей зайвий раз доводить важливість театралізації життя в умовах суттєвих трансформацій, які відбуваються в соціальній реальності. І дає підстави дану соціально-культурну практику розглядати, як один із способів вирішення проблем екології психіки, яка є базовою складовою екології соціуму, культури, соціальних комунікацій. Як зазначає Т. Парсонс, «соціальна система – це функція спільної культури, яка не лише формує основу комунікації її членів, а й позначає, тому в повному сенсі й визначає статус її членів відносно один одного» [518, с. 27]. А І. Єршова-Бабенко додає, що «гострота сучасної соціальної ситуації вимагає замислитись над роллю і місцем психічного стану людини в загальній структурі суспільства, виробничих відносин, нооекологічної ситуації та стратегій поведінки, діяльності, взаємовідносин, що притаманні цим станам» [123, с. 10].

Такий погляд може надати нового поштовху до осмислення театральності соціокомунікативних проявів культури, що вказує на перспективність соціально-філософських досліджень в цьому напрямку.

## Висновки до розділу 8

1. Сміслові, ціннісні, світоглядні, інституціональні та інші трансформації, які наразі відбуваються в соціальній реальності, та реакція на них кожної окремої людини та суспільства, все частіше спонукають філософів та соціологів розглядати та осмислювати їх через поняття «соціальний хаос».

2. Теоретичні дослідження в дискурсі соціального хаосу передбачають встановлення співвідношення між поняттями «хаос» і «порядок». Тезаурусний, історичний та міфопоетичний методи аналізу дозволили з'ясувати, що в давнині хаос мислився не як міра порядку, а, переважно, як просторова категорія і творче начало. Тракткування хаосу як неупорядкованого стану матерії, як протилежність космосу/порядку з'являються пізніше. Проте стійкими залишалися уявлення про одночасне існування порядку і хаосу: космос завжди міститься всередині хаосу, який оточує космос зовні. Космос/порядок, що розширюється і самоорганізується, може змістити, посунути хаос на периферію, але не подолати його.

3. Ці уявлення про співвідношення хаосу і порядку транслюються і набувають нового осмислення в сучасній науці, зокрема, в сфері дослідження дисипативних систем – нелінійних, таких, що самоорганізуються. До таких систем відноситься соціальна реальність та її складові – суспільство, культура, психіка людини, соціальні комунікації тощо.

4. Виходячи з того, що дисипативні системи завжди поєднують в собі і хаос і порядок, а всі соціальні системи і середовища є дисипативними, пропонується визнати, що в соціальних системах відбувається не зміна хаосу на порядок (чи навпаки), а зміна співвідношення хаосу до порядку. І поширену схему для позначення таких змін «хаос – порядок – хаос – порядок – ...» пропонується уточнити: «... → переважання хаосу над порядком → переважання порядку над хаосом → переважання хаосу над порядком → ...».

5. Питання про співвідношення хаосу і порядку виводить на дискусію і щодо фазових переходів у складних системах та співвідношення систем і середовищ. Порівняння деяких природних явищ (сніжинки в атмосфері) зі структурою суспільства дає підстави говорити про співіснування систем і середовищ, а отже, і про співіснування (з метою взаємодоповнення) двох методів їх дослідження: системного аналізу та синергетичного підходу до вивчення середовищ різної природи.

6. Концепція «соціального хаосу», як одна з базових в сучасній соціальній філософії, розробляється в різних аспектах, що сприяє формуванню різних поглядів на це явище та пропозицій щодо його подолання на рівні сприйняття/відчуття окремою людиною.

7. В рамках даної роботи припускається, що впоратись із відчуттям соціального хаосу людям допомагає театралізація життя. Різні приклади це доводять. Тому до існуючих пояснень прагнення людей до театралізації життя пропонується додати це одне – намагання впоратись із психологічним дискомфортом та екзистенційними страхами в умовах соціального хаосу. І тоді можна говорити не лише про театралізацію життя, як культурну практику, а й про театралізацію свідомості, як один із способів (наряду із міфологізацією) інтерпретування дійсності. Це не лише складає наукову новизну роботи, а й дозволяє окреслити додаткові горизонти для філософського осмислення сутності і форм існування соціальної реальності.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Сучасний світ перебуває у стані суттєвих соціальних, культурних, інституціональних, ціннісних, світоглядних та інших трансформацій. Цей період у розвитку людства характеризується соціальною невизначеністю, пошуком нових та перевіркою на «міцність» існуючих соціальних та культурних практик, засобів та форм соціальної комунікації, переосмисленням взаємозв'язків в системі «особистість – соціум – культура».

Водночас, в соціальній реальності, незважаючи на бурхливу динамічність та дискретність буття, виявляється своєрідна константа – театральність. Ця константа поки що не входить до складу математичних формул, які описують фундаментальні закони життя, проте вона є однією з інклюзивних, структурно-сутнісних характеристик культури та соціального життя.

Це обумовлює актуальність дослідження театральності соціокомунікативних проявів культури в рамках предмету соціальної філософії, націленої на вивчення сутності та форм існування соціальної реальності.

Характер об'єкту дослідження дозволяє словосполуку «театр буття» використовувати не лише, як художню метафору, а й як дослідницький інструмент для формування концепції театральності соціокомунікативних проявів культури. Ця концепція відповідає тенденціям, що складаються в сучас-

ній науці, коли соціальні зміни потребують нових стратегій наукового пізнання. В загальнонауковому контексті це призвело до змін та доповнень базових принципів класичної науки неklasичною та постнеklasичною картинами світу. У філософській думці розширення теоретико-методологічного апарату набуло форми «онтологічного повороту», якій надав поштовху для виділення окремих поворотів: перформативного, лінгвістичного, іконічного, просторового, медіального, семіотичного, постмодерністського, інтерпретаційного тощо.

В соціальній філософії поєднати всі ці підходи дозволяє погляд на соціальну реальність, як на театр, театральну виставу. Цей підхід, як і взагалі пошуки театрального поза межами театру, породив велику кількість теоретичних конструкцій, спрямованих на пояснення природи і форм театральності буття в різних аспектах: від культурних практик повсякдення до філософського осмислення соціальної реальності. Деякі з цих конструкцій формують погляд на театралізацію життя не лише, як на ігрову форму буття, а й як на специфічний спосіб соціальної комунікації.

В даній роботі цей погляд оформлюється у концепцію театральності соціокомунікативних проявів культури, провідною ідеєю якої є усвідомлення того, що театральність виникає лише тоді, коли є «актор» і «публіка», і між ними відбувається акт комунікації. Тобто наявність комунікації тут є визначальною ознакою і умовою театральності (наряду із ігровим началом, перформативністю, ритуалізацією тощо). Обумовлюється такий підхід ще й тим, що першоелементом виникнення драми і театру, як видів мистецтва, став діалог. Отже, й театральність буття неможливо розглядати без цієї складової.

Це уточнення/доповнення не лише складає наукову новизну даного дослідження, а й створює підґрунтя для погляду на різні форми існування соціальної реальності з нової точки зору.

Зрозуміло, що виявлення та осмислення соціально-філософських засад театральності соціокомунікативних проявів культури, як і взагалі театралізації життя, слід починати

з вивчення генезису театру, а також природи театральності та артистизму.

Дослідження показали, що джерелом театральності як одного з феноменів європейської культури є давньогрецькі містерії, які присвячувались богам землеробства та плодючості землі – Деметрі, Персефоні, Діонісу.

Ці містерії породили дві ігрові форми буття – театр і карнавал.

Процесу трансформації містерій у театр сприяло розширення функцій діалогу, який можна вважати, як вже було зазначено, драматичним першоелементом цього явища.

Оскільки діалог був ще і однією з форм філософських роздумів давньогрецьких мислителів, то слід визнати наявність драматичного першоелемента і в античній філософії.

Визначення діалогу драматичним першоелементом дозволяє припустити, що театральність стала однією з форм «виростання» людства з первісного міфу: від міфологічної свідомості – до філософського методу пізнання; від містерій міфологічного змісту – до мистецтва драми і театру.

Щодо артистизму, як складової театральності, то дослідження показали необхідність додати до умов його прояву та виникнення ще й такі, як порушення соціальних норм і культурних стереотипів. Це дозволяє розглядати артистизм як важливу характеристику театральності, яка допомагає в умовах публічності вирішувати різноманітні культурні, творчі (зокрема, в науково-технічній та винахідницькій галузях), соціальні завдання.

Взагалі, театральність, як властивість не лише театру, а й процесів, що проходять поза його межами, – явище складне, багатоаспектне. Спроби пояснити природу театральності буття коливаються між двома протилежними мотиваціями: від бажання людини бути не тим, ким вона є насправді, до прагнення максимально повно знайти своє «Я» і продемонструвати результати цих пошуків світу. Ця амбівалентність задає діалектичний характер осмисленню і персональних «театрів», і теа-



тральності комунікацій в системі «особистість – суспільство». Найбільш виразно така діалектика висвітлюється через концепт «маска». Маска, як предмет культури і як метафора, є феноменом, що поєднує протилежні, суперечливі смисли, уявлення, практики. Тому всі філософсько-теоретичні конструкції, які будуються з використанням концепту «маска» завдають відповідний дискурс для осмислення не лише соціального маскараду, а й «театру» буття в цілому.

Інший дискурс для осмислення сутності людського буття створюється завдяки концепту «ляльковий театр буття», який в даній роботі пропонується розглядати і як метафору, і як міфологему.

Погляд на ляльок як на культурні артефакти/тексти дозволив для виявлення їх ролі у «театрі» буття застосувати методи міфопоетичного аналізу. Це дозволило виявити соціокультурні функції не лише ляльок, а й міфів. З'ясувалося, що більшість теорій міфу націлені не стільки на дослідження власне міфів, скільки на вивчення Людини крізь призму міфології. Всі теорії міфу, що містять «соціальну» складову, так чи інакше пов'язані із театральністю буття. Це пояснюється тим, що театралізація культурних практик є найбільш ефективним способом актуалізації міфу і міфологічної свідомості. І навпаки – міф є драматургічною основою для багатьох «спектаклів» у «театрі» буття.

Аналіз теорій міфу показав, що жодна з них не є універсальною, в кожній є методологічні недоліки. Проте всі недоліки компенсуються при комплексному їх застосуванні у міфопоетичному аналізі культурних артефактів (в даній роботі – ритуальних, традиційних, авторських ляльок). Імплементация цього підходу із літературознавства в культурологію та соціальну філософію, обґрунтування його застосування до вивчення міфопоетики театральності буття, складають наукову і практичну новизну даного дослідження.

Так, завдяки цьому аналізу, виявилось, що міфопоетика більшості ритуальних ляльок ґрунтується на антропологічній міфологемі про походження людей з ляльок, створених бога-

ми. Ця міфологема породжує подвійне світосприйняття: з одного боку, вона відображає сприйняття людиною себе як ляльки у «театрі» життя, з іншого боку – роблячи ляльок, людина сама уподібнюється Творцеві.

Це світосприйняття збереглося і дооформилося у сучасній культурі. Відчуття себе лялькою у «театрі» життя не заважає людині бути одночасно і глядачем в цьому «театрі», і його критиком, і – головне – його інтерпретатором.

Таке ставлення створює умови для формування аксіологічного аспекту осмислення «лялькового театру» буття. Завдяки метафорі, що порівнює людей із ляльками (маріонетками, іграшками), висвітлюються головні цінності людського буття – певні моральні принципи, свобода вибору, індивідуальність особистості, творче начало в людській діяльності тощо.

Ці питання набувають особливої актуальності із появою нового виду ляльок – людиноподібних роботів. Нестримне прагнення людей наділяти ці високотехнологічні механізми власними рисами (вміннями, інтелектом і навіть почуттями, емоціями), викликає не лише дискусію щодо меж цього прагнення, а й спроби спрогнозувати подальше їх співіснування із людиною. Чи зможуть ці «ляльки» перетворитись на «акторів», що здатні самостійно інтерпретувати свою роль? А якщо зможуть, чи не буде наступним кроком – перетворення їх на «режисерів»? Яка роль в цьому біотехнокібернетичному «театрі» буде відведена людині? Де буде, або має, проходити границя між людиноподібністю та людяністю?..

Хай там як воно складеться у майбутньому, але всі ці питання вже зараз змушують замислюватись (знову й знову) над тим, що є Людина. І метафора, що порівнює людей із ляльками, допомагає в цьому, як дослідницький підхід з потужним онтологічним ресурсом.

Намагання не лише інтерпретувати, а й транслювати складний комплекс цінностей, уявлень, життєвих принципів, естетичних вподобань формує соціокомунікативне поле (або середовище) з різними видами комунікації, де лялька виступає

своєрідним медіатором між людиною і всесвітом, людиною і суспільством, людиною і культурою.

Все це дає підстави вважати лялок не лише багатофункціональними предметами культури, а й метафоричним образом/символом, який дозволяє більш повно зрозуміти природу людини, виявити риси, що визначають її саме як Людину.

Тобто бачимо, що ляльки в «театрі» буття виступають не лише, як предмети культури, елементи сценографії, а й як культурні тексти. Проте є ще велика кількість різноманітних текстів, які утворюють складні системи художньої та творчої комунікації в «театрі» буття.

Художня комунікація в системі «особистість (митець) – суспільство – культура (мистецтво)» виконує низку функцій, таких, як сприяння діалогу митця із зовнішнім світом, втягнення людей у сферу художньої культури задля розуміння й прийняття важливих суспільних та духовних цінностей.

Це обумовлює вихід художньої, творчої комунікації за межі творів (текстів) – в контекст соціальних комунікацій.

Виходячи за межі текстів, художня комунікація не лише стає частиною соціальної реальності, а й здатна впливати на її формування. Цей процес часто набуває рис театральності, що, власне, і дозволяє окремі текстові феномени осмислювати в рамках концепції театральності соціокомунікативних проявів культури. В даній роботі осмислювалися такі текстово-літературні феномени, як образ Трикстера у міфології, фольклорі та літературі; літературні пародії; наукові містифікації; народні прислів'я із сентенціями з культури спілкування.

Дослідження соціально-культурних функцій трикстерів показало необхідність поділу цих персонажів на міфологічних, архетипних, фольклорних та літературних, а також визнання однією з їх визначальних характеристик – театральність комунікативної поведінки. Це не лише складає наукову новизну роботи, а й допомагає більш чітко визначити роль трикстерів як медіаторів на головних соціокомунікативних магістралях: «письменник – читач», «особистість – соціум – культура».

Особливе місце в художній комунікації посідають літературні пародії. Бо якщо на них дивитись не як на жанр літератури, націлений на висміювання чужих текстів, а як на форму творчої дискусії, співтворчості, то більш очевидними стають її комунікативні функції в культурі та соціумі: критика, творча дискусія, соціальний діалог, міжкультурний діалог тощо. Такий погляд також створює умови для наукової новизни, бо дозволяє літературні пародії осмислювати в контексті імерсивної форми «театру» буття.

Осмилення соціально-філософських засад театральності наукових містифікацій дозволило виявити в них не лише негативні аспекти. Бо наукові містифікації, хоч і деформують уявлення про дійсний стан науки, але, водночас, активують наукову дискусію, створюючи умови для діалогу в «театрі» наукової (або навколонукової) діяльності. Аналіз різних випадків містифікацій з науковим ухилом показав, що така дискусія може відбуватись в декількох комунікативних моделях: між містифікаторами та вченими, які викривають їх містифікації; між вченими різних наукових шкіл; між наукою та іншими формами пізнання (релігією, мистецтвом); між наукою та суспільством.

Дослідження прислів'їв як культурної спадщини різних народів показало, що серед них є чимало таких, що містять сентенції з культури спілкування. Ці прислів'я мають потужний онтологічний ресурс, як перевірені часом сценарії/моделі соціальної поведінки в «театрі» буття.

В наші дні ці сценарії вписуються в нові культурні контексти, стають частиною нових соціальних «спектаклів».

Поширення практики театралізації на різні аспекти соціального життя, особливо там, де кожен сам собі актор і сам собі режисер, вимагає перефразування відомої максими про те, що «весь світ – театр, а люди в ньому – актори» на «кожна людина – театр». Тобто сучасний світ – це сукупність індивідуальних, особистісних театрів. Грають всі, грають щось спільне, і при цьому – кожен своє.

В «театрі» життя особливе місце посідає сценографія, важливою частиною якої є костюм та костюмні прикраси. Як носії інформації певного характеру, вони є активною складовою соціокомунікативного простору культури. В повсякденні такий простір може формуватись в ситуаціях, що вимагають від людини створення певного іміджу.

В сучасній трактовці терміну «імідж» (форма самопрезентації та спосіб впливу на оточення) під самопрезентацією слід розуміти й візуалізацію культурної ідентичності. Аналіз ролі костюмних прикрас у візуалізації культурної ідентичності людини як форми театралізації повсякдення показав, що причини виникнення культурних феноменів моди і театралізації життя схожі: в обох випадках здійснюються бажання людей «примірювати» на себе різні ролі. В цьому плані костюмні прикраси надають широких можливостей для особистих творчих експериментів з ідентичностями/іміджами у «театрі» повсякдення.

Оскільки характерними рисами сучасного «театру» повсякдення, як і соціальної ситуації в цілому, є динамічність, постійна зміна форм і станів, то і зміна іміджів (яка легко відбувається завдяки зміні прикрас та аксесуарів) сприяє цій соціокультурній грі. При цьому змінюються і сценічні простори, які неодмінно виникають навколо людини «в образі». Такі простори характеризуються розділенням присутніх на «глядачів» та «акторів», між якими відбувається обмін репліками, діями, критикою, тобто виникає відповідна система комунікації.

Аналіз практики створення іміджів у «театрі» повсякдення потребує залучання теорії образу, яка наразі еволюціонує від сприйняття образу як простого знаку («картинки», «іконки») до розуміння того, що в деяких випадках образ може набувати більш складних і неоднозначних смислів, тобто виступати в якості символу. Особливо чітко це проявляється саме в тих образах, носіями яких є люди. Ці образи завжди залишають місце для інтерпретації інформації, яка за їх допомогою передається. Саме тому концепцію театральності соціокомунікативних проявів культури можна вважати своєрідною

точкою «зборки» різних концепцій-«поворотів», що склалися наразі в сучасній філософії.

Щодо створення «сценічного простору», то він може створюватись не лише в персональних (побутових, професійних, соціально-групових) «театрах», а й в міському середовищі, завдяки, наприклад, інтерактивним арт-об'єктам. При цьому такі арт-об'єкти здатні не лише утворювати «сценічний простір», а й концентрувати в ньому преформативні, семіотичні та соціокомунікативні прояви культури.

Обумовлюється такий процес театралізації міського середовища соціальною і творчою активністю людей, прагненням їх до ігрових форм буття, естетичних новацій та нових форматів соціальної комунікації. В практиці територіального іміджмейкінгу це зайвий раз доводить, що імідж міста складається не лише із зовнішньої атрибутики та історичної репутації, а й із специфічних рис населення, які, власне, і створюють особливий характер і неповторний «колерит» міста.

Іміджмейкінг є важливою складовою також і в політичному «театрі».

Публічна політика завжди орієнтована на пошуки найбільш ефективних способів комунікації з широкими масами (суспільством, населенням, народом, електоратом). Аналіз історичного досвіду показує, що одним з таких способів є привнесення в процес комунікації елементів театральності.

Поєднання в політичних «виставах» гри, перформансу, ритуалу, карнавалу, маскараду дозволяє: привернути увагу опонентів; продемонструвати солідарність із протестним рухом; сформувати імідж відповідно до ролі/амплуа, яку політик виконує у політичному «театрі»; створити додаткові канали комунікації політика із «публікою» тощо.

У тих випадках, коли на меті є не ефективність комунікації між політиками і «публікою», а лише її імітація, арсенал театральних прийомів стає ще більш в нагоді. Тут особливо затребуваною є практика аплодисментів. «Бурхливі, тривалі оплески, що переходять у нескінченну овацію» мають показувати, що аудиторія гарно зрозуміла все, що промовляється з

трибуни, і одноставно, із захватом та ентузіазмом підтримує чергового лідера.

Аналіз тенденції, що складається в сучасній політичній сфері, коли на високі керівні посади (президента, мера тощо) все частіше обираються люди із сфери шоу-бізнесу, показує, що це обумовлено не лише втратою довіри до «професійних» політиків, а й загальною ситуацією у суспільстві, яка характеризується як соціальний хаос. В цій ситуації актуалізується, скажімо так, колективне підсвідоме з театральним ефектом – коли публіка одночасно і вірить, і не вірить у все, що відбувається на «сцені».

Як вже було зазначено, театральність завжди була притаманна політиці. Проте театральне не завжди в ній превалує: прагнення до театралізації зростає по мірі розділення політичної сфери на публічну і «приховану» (а також позбавлену ідеології *realpolitik*). Посилення театральних проявів у сучасній політичній сфері вказує на те, що саме така тенденція набуває розвитку в соціальних відносинах. Це, в свою чергу, обумовлює появу нових технологій і форматів комунікації в системі «влада – суспільство». Проте всі вони (навіть ті, що основані на використанні Інтернету) містять театральну складову.

Те ж саме можна сказати і про інші види людської діяльності, які передбачають наявність «актора» і «публіки».

Такі види діяльності, культурні практики завжди утворюють специфічні соціокомунікативні простори, які можна розглядати як субпростори у загальному просторі культури (де філософська категорія «простір» визначається як сутність місця, в якому відбуваються певні дії або розташовується речі чи інші простори). До таких субпросторів відносяться, зокрема, спортивні змагання, покази мод, ярмарково-виставкова діяльність, музеї тощо.

Спорт – одна з найдревніших культурних практик, пов'язаних з публічною змагальністю. Саме публічний характер змагальності в цій практиці можна вважати причиною появи видів спорту, в яких оцінка за виступ складається не лише із «технічних» показників, а й враховує артистизм (фігурне

катання, всі види гімнастики та акробатики, синхронне плавання тощо). Для посилення художнього ефекту в цих видах спорту використовують музичний супровід. Часто музичні теми запозичуються із різних видів театру (опери, балету, мюзиклів), що є підтвердженням не лише зовнішнього зв'язку спорту із театром, а й взаємну обумовленість цього зв'язку. Ця особливість виявляється при розгляданні окремих виступів/програм в контексті уявлень про культурні артефакти.

Артистизм, як один із проявів театральності, в деяких нетеатральних сферах сприяє задачам, специфічним для цих сфер: в спорті надає спортсменам можливостей для вираження їх творчої індивідуальності; на показах мод дозволяє манекенницям втілити образи, що задумані дизайнерами; на виставках та ярмарках артистизм продавців сприяє налагодженню торгових відносин.

Театралізація показів мод, виставково-ярмаркової діяльності, музейної галузі сприяє розширенню їх комунікативного простору. Це не лише потрібно для вирішення суто комерційних завдань, а й обумовлено усвідомленням ролі цих видів діяльності в соціокультурних процесах.

Театральність простору музею (не пов'язаного безпосередньо з історією театру як виду мистецтва) проявляється в різних аспектах, обумовлених певними цілями і завданнями: науковими – дослідження артефактів в «оживленому» стані; практично-фінансовими – збільшення кількості відвідувачів; комунікативними – підвищення якості інформаційних зв'язків «глядач – музейний експонат», «музей – соціокультурне середовище» тощо.

Музейний простір є комунікативним за своїми цілями, завданнями та формами існування. При цьому він не є замкнутим, бо музейна комунікація – це не лише обмін інформацією усередині музею. Виходу музейної комунікації у простір суспільного буття сприяє і художня література з музейною тематикою. Ефективність зв'язку «музей – літературний твір» по-



лягає не лише у взаємній рекламі, а й в суттєвому розширенні комунікативного простору музею.

Наразі в музеєзнавстві обговорюються різні формати музеїв – «музей-колекція», «музей-подія», «музей-театр». Враховуючи виявлену здатність творів художньої літератури разом із науковою літературою з музейної тематики створювати нову смислову форму, пропонується додати ще й такі форми, як «музей-ідея» та «музей-інформаційно-смислове поле».

Щодо ролі музеїв у загальному «театрі» буття, то вони залишаються «острівками» стабільності (зберігаючи культурні цінності та надбання людства, як матеріальні, так і духовні) в нестабільному сучасному світі.

Бурхливі трансформації культурно-ціннісних парадигм, які наразі відбуваються в соціальній реальності, та реакція на них кожної окремої людини та суспільства, все частіше спонукають філософів та соціологів розглядати й осмислювати їх через поняття «соціальний хаос».

Теоретичні дослідження в дискурсі соціального хаосу передбачають встановлення співвідношення між поняттями «хаос» і «порядок». Тезаурусний, історичний та міфопоетичний методи аналізу показали, що в давнині хаос мислився не як міра порядку, а, переважно, як просторова категорія і творче начало. Трагування хаосу як невпорядкованого стану матерії, як протилежність космосу/порядку з'являються пізніше. Проте стійкими залишалися уявлення про одночасне існування порядку і хаосу: космос завжди міститься в середині хаосу, який оточує космос зовні. Космос/порядок, що розширюється і самоорганізується, може змістити, посунути хаос на периферію, але не подолати його.

Ці уявлення про співвідношення хаосу і порядку транслюються і набувають нового осмислення в сучасній науці, зокрема, в сфері дослідження дисипативних систем (нелінійних, таких, що самоорганізуються). До таких систем відноситься соціальна реальність та її складові – суспільство, культура, психіка людини, соціальні комунікації тощо.

Виходячи з того, що дисипативні системи завжди поєднують в собі і хаос і порядок, а всі соціальні системи і середовища є дисипативними, пропонується визнати, що в соціальних системах відбувається не зміна хаосу на порядок (і навпаки), а зміна співвідношення хаосу до порядку. Схематично це можна представити так: «... → переважання хаосу над порядком → переважання порядку над хаосом → переважання порядку над хаосом → ...».

Питання про співвідношення хаосу і порядку виводить на дискусію і щодо фазових переходів у складних системах та співвідношення систем і середовищ. Порівняння деяких природних явищ (сніжинки в атмосфері) зі структурою суспільства дає підстави говорити про співіснування систем і середовищ, а отже, і про співіснування двох методів їх дослідження: системного аналізу та синергетичного підходу до вивчення середовищ різної природи.

Концепція «соціального хаосу», як одна з базових в сучасній соціальній філософії, розробляється в різних аспектах, що сприяє формуванню різних поглядів на це явище та пропозицій щодо його подолання на рівні сприйняття/відчуття окремою людиною. В рамках даної роботи припускається, що впоратись із відчуттям соціального хаосу людям допомагає театралізація життя. Різні приклади це доводять. Тому до існуючих пояснень прагнення людей до театралізації життя пропонується додати ще одне – намагання впоратись із психологічним дискомфортом та екзистенційними страхами в умовах соціального хаосу.

Цей висновок (як і всі попередні) дає підстави говорити не лише про театралізацію життя, як культурну практику, що підвищує ефективність соціальних комунікацій, а й про театралізацію свідомості, як один із способів (наряду із міфологізацією) інтерпретування дійсності. Це не лише складає наукову новизну даної роботи, а й дозволяє окреслити додаткові горизонти для філософського осмислення сутності і форм існування соціальної реальності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Богущкий Ю., Корабльова Н., Чміль Г. Нова культурна реальність як соціодинамічний процес людинотворення через ролі. Київ: Інститут культурології НАМ України, 2013. 272 с.
2. Баканурский А., Баканурский Е. Иммерсивный театр. *Аркадія*. 2015. № 1. С. 8–13.
3. Максименко М. Музичний перформанс як засіб комунікації, передачі культурно-інформаційного повідомлення. *Аркадія*. 2010. № 3(29). С. 25–29.
4. Давыдов И.С. Театральность как феномен культуры. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2007. С. 61–65.
5. Баканурский А.Г. Жизнь, игра, театральность: исследование в трёх актах с прологом и эпилогом. Херсон: Гринь Д.С., 2013. 318 с.
6. Прокопович Л.В. Древнеславянская эротическая символика в современной интерпретации. *Аркадія*. 2007. № 1(15). С. 42–44.
7. Прокопович Л.В. Культурно-исторические мотивы в современных ювелирных концепциях. *Аркадія*. 2008. № 4(22). С. 43–45.
8. Прокопович Л.В. Эротическая символика древнеславянской плетёнки. *Аркадія*. 2009. № 2(24). С. 51–53.

9. Прокопович Л.В., Ле Зуй Хан, Шинтарь А.А. Карп кои как мифопоэтический образ: интерпретации и межкультурная диффузия смыслов. *The Scientific Heritage*. 2018. № 22. С. 14–18.
10. Прокопович Л.В. Современное ювелирное искусство в диалоге с культурными традициями. *Діалог культур як засіб пізнання світу, шлях до взаєморозуміння: матеріали X міжнародної наук.-практ. конф. (Харків, 6 квітня 2017 р.)*. Харків: ХНУБА, 2017. С. 90–93.
11. *The Linguistic Turn. Essays in Philosophical Method* / ed. and with Introduct. by R. Rorty. Chicago: University of Chicago Press, 1967.
12. Апель К.-О. Трансформация философии / пер. с нем. В. Куренного, Б. Скуратова. Москва: Логос, 2001.
13. Нилогов А. Выскальзывание из-под власти слова. Владимир Мартынов о противостоянии иконоцентричности и литературоцентричности. *Книжное обозрение Ex libris* НГ, 14.05.2009.
14. Mitchell W.J.T. *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago, 1986.
15. Филиппов А.Ф. Социология пространства. Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2008. С. 230.
16. Münker S. After the medial turn. Sieben Thesen zur Medienphilosophie. *Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Frankfurt am Main: Fischer – Taschenbuch – Verl, 2003. S. 16–25.
17. Hassan I. *The Postmodern Turn: Essays in Postmodern Theory and Culture*. Columbus: Ohio State University Press, 1987.
18. Seidman S. *Postmodern Turn: New Perspective on Social Theory*. New York: Cambridge University Press, 1994.
19. *The pragmatic turn in philosophy. Contemporary Engagements between Analytic and Continental Thought* / Ed. W. Egginton. New York: Suny Press, 2004.
20. Gugutzer R. Der body turn in der Soziologie. Eine pragmatische Einführung. *Body turn: Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: Transcript, 2006.
21. Леман Г. Авангард сегодня. *База. Передовое искусство нашего времени*. 2010. № 1. С. 45–47.
22. Бахман-Медик Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. *Постнаука*. URL: <https://postnauka.ru/longreads/80747>.

23. Савчук В. Феномен поворота в культуре XX века. *Международный журнал исследований культуры*. 2013. № 1(10). С. 93–108.
24. Гартман Н.К. К основоположению онтологии. Санкт-Петербург: Наука, 2003.
25. Сафрански Р. Хайдеггер. Германский мастер и его время. Москва: Молодая гвардия, 2002.
26. Григорьева Н.Я. Эволюция философской антропологии 1920–1950-х годов: радикализация образа человека: дис. ... докт. филос. наук. Москва, 2009.
27. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. Москва: Добросвет, 2000. 258 с.
28. Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. Москва, 1998. 784 с.
29. Чміль Г. Філософсько-антропологічні інтерпретації відносин «людина – екран». *Мистецтво України*. 2012. Вип. 12. С. 139–145.
30. Вульф К. Антропология: История, культура, философия. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2008.
31. Віктор І. Значення «перформативного повороту» у філософських дослідженнях культури. *Evropský filozofický a historický diskurs (European philosophical and historical discourse)*. 2018. V. 4. Iss. 2. P. 71–75.
32. Доманска Э. Перформативный поворот в современном гуманитарном знании. Способы постижения прошлого: Методология и теория исторической науки / Ответ. Ред. М.А. Кукарцева. Москва: Канон+; РООИ «Реабилитация», 2011.
33. Матвейчук М.Ю. Перформативний поворот і «режим театру» в системі сучасного мистецтва. Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф. (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 92.
34. Бёрк П. «Перформативный поворот» в современной историографии. *Одиссей. Человек в истории*. 2008. № 20. С. 337–354.
35. Грязнова Ю.Б. Анализ перформативного текста (П. Фейерабенд. Против методологического принуждения). *CIRCLE.RU*. URL: <http://www.circle.ru/links/biblio.main>, 2005.
36. Хабермас Ю. Понятие индивидуальности. *Вопросы философии*. 1982. № 2. С. 35–40.

37. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. Москва, 1988. 183 с.
38. Melrose S. A semiotics of the dramatic text. London: Routledge, 1994. IX. 338 p.
39. Barba E., Savarese N. L'Anatomie de Facteur: Dictionnaire d'anthropologie theatrale. P.: Nathan, 1985. 105 p.
40. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2003. 652 с.
41. Білан Н.І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюція, моделі та прикладні аспекти. Дис. ... докт. наук з соціальних комунікацій. Київ, 2016. 427 с.
42. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. Санкт-Петербург, 2002. 461 с.
43. Зотов В.В. Становление информационно-коммуникативной среды современного общества: социологический анализ институциональных трансформаций: монография. Курск: Курский государственный технический университет, 2007. 246 с.
44. Масі Н. Культура комунікаційна або комунікативна: осмислення та розмежування понять. *Аркадія*. 2013. № 2(43). С. 50–55.
45. Штайн О. Ризома как топос новой коммуникативной реальности. *Аркадія*. 2013. № 1(36). С. 16–18.
46. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Санкт-Петербург, 2000. 380 с.
47. Головань В.О. Інституційні ознаки парламентської комунікації Європейського парламенту. *Вісник ХНУ*. 2013. № 1052. С. 43–48.
48. Бебик В.М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
49. Ромененко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства. URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik9/fail/Romanenko.pdf>.
50. Танскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта. Киев: ITN Пресс; Москва: Рефл-бук, 1999. 654 с.

51. Соколов А.В. Информационный подход к документальной коммуникации: учеб. пособие. Ленинград: ЛГИК, 1988. 85 с.
52. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.
53. Сметана В.В. Социальная коммуникация: социально-философский анализ коммуникативных отношений и коммуникативного дискурса: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2004. 20 с.
54. Прокопович Л.В. Культура спілкування в українських народних прислів'ях: навчальний посібник. Одеса: Екологія, 2018. 21 с.
55. Шаран П. Сравнительная политология. Москва: Российская академия управления, 1992. 226 с.
56. Кузнецов В.Ф. Связь с общественностью: Теория и технологии. Москва: Аспект Пресс, 2009. 302 с.
57. Лотман Ю.М. Театр и театральность в строе культуры начала XIX века. Избранные статьи: в 3 т. Таллинн: Александра, 1992. Т. 1. С. 269–286.
58. Андреева И.М. Театральность в искусстве. Ростов-на-Дону, 2002. 241 с.
59. Чвалун Р.В. К вопросу о содержании понятия «театральность». *Научный журнал КубГАУ*. 2012. № 82(08). С. 3–11.
60. Деррида Ж. Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук. *Письмо и различие*. Москва: Академический Проект, 2007. С. 447–468.
61. Пятигорский А.М. Избранные труды. Москва: Языки русской культуры, 1996. 594 с.
62. Баканурский А.Г. Театр как эскейп: исследовательский очерк. Херсон: Гринь Д.С., 2015. 120 с.
63. Баканурский А.Г. Коммуникативные аспекты театрального спектакля. Херсон: Гринь Д.С., 2013. 276 с.
64. Овчаренко Т. Коммуникативные возможности театральной куклы в пространстве музея. *Аркадія*. 2015. № 3(44). С. 19–24.
65. Mersch D. Systematische Medienphilosophie. 2005.
66. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. Санкт-Петербург: Ювента; Наука. 1999.

67. Романова Е.Г. Перформативы в ритуальных актах суггестивной коммуникации. Москва: Лилия Принт, 2001. 144 с.
68. Butler J. Hass spricht: Zur Politik des Performativen. Berlin: Berlin Verlag, 1998. 159 p.
69. Чміль Г.П., Корабльова Н.С. Візуалізація реального в сучасному культурному просторі: Монографія. Київ: Інститут культурології НАМУ, 2013. 256 с.
70. Гаспаров М.Л. Записки и выписки. Москва, 2001.
71. Strukturierung von Raum und Landschaft. Konzepte in Ökologie und der Theorie gesellschaftlicher Naturverhältnisse (Rez. P. Eser; hrsg. M. Weingarten. Münster, 2005). *Dialektik. Zeitschrift für Kulturphilosophie*. 2006. № 1. S. 205–209.
72. Кассирер Э. Сила метафоры. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
73. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры. Теория метафоры. Москва: Прогресс, 1990.
74. Мишанкина Н.А. Метафора в науке: парадокс или норма? Томск, 2010. 282 с.
75. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. 326 с.
76. Блэк М. Метафора. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
77. Миллер Дж. Образы и модели, уподобления и метафоры. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
78. Ричардс А. Философия риторики. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
79. Телия В.Н. Вторичная номинация и её виды. *Метафора в языке и тексте*. Москва: Наука, 1985. 202 с.
80. Kuhn Thomas S. The Structure of Scientific Revolutions. Chicago: University Press. 226 p.
81. Рикер П. Живая метафора. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
82. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live Be. Chicago; London: University Press, 1980. 242 p.



83. Баранов А.Н. Очерк когнитивной метафоры. *Русская политическая метафора (материалы к словарю)*. Москва, 1997. С. 240–252.
84. Ермоленко Г.А. Метафора в языке философии. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2001.
85. Чешков М.А. Синергетика: за и против (заметки о науке эпохи Глобальной смуты). *Общественные науки*. 1999. № 6. С. 128–140.
86. Селиверстова А. Теория динамического хаоса в исследованиях социально-философской и социальной направленности. *Научно-во-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т 2. № 2. С. 40–47.
87. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. Москва, 1999.
88. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека. *Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира*. Москва: Наука, 1988.
89. Парандовский Я. Алхимия слова. Петрарка. Король жизни. Москва: Правда, 1990. 656 с.
90. Филиппс Л.Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004.
91. Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста. Москва: Ком-Книга, 2006.
92. Гудмен Н. Метафора – работа по совместительству. *Теория метафоры*. Москва: Прогресс, 1990.
93. Степанова О.І. Метафора в когнітивному аспекті. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/11814/1/Stepanova.pdf>.
94. Ершова-Бабенко И.В. Психосинергетика. Монография. Херсон: Гринь Д.С., 2015. 488 с.
95. Тазетдинова Р.Р. Театральность как феномен в бытии культуры: дис. ... докт. философских наук. Казань, 2013. 419 с.
96. Берлянд И.Е. Игра как феномен сознания. Кемерово: Алеф, 1992. 96 с.
97. Лосев А.Ф. Очерки античного символизма и мифологии. Москва: Мысль, 1993. 958 с.

98. Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. Москва: Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.
99. Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Рабле и Гоголь (Искусство и народная смеховая культура). Москва: Языки славянских культур, 2010. 752 с.
100. Гессе Г. Игра в бисер. URL: <http://lib.ru/GESSE/biser.txt>.
101. Делез Ж. Переговоры. 1972–1990. Санкт-Петербург: Наука, 2004. 235 с.
102. Йетс Ф. Розенкрейцерское просвещение. Москва: Энигма, 1999. 226 с.
103. Аверинцев С.С. Попытки объясниться: Беседы о культуре. Москва: Правда, 1998. 328 с.
104. Пави П. Словарь театра. Москва: Прогресс, 1991. 504 с.
105. Курьшева Т. Театральность и музыка. Москва: Сов. композитор, 1984. 200 с.
106. Бердяев Н.А. Философия творчества, культуры и искусства: в 2 т. Москва: Искусство, 1994. Т. 1. С. 37–342.
107. Гальцова Е.Д. Театральность в художественной системе французского сюрреализма: дис. ... докт. филолог. наук. Москва, 2008. 545 с.
108. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. Москва: Прогресс, 1989. 616 с.
109. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм это гуманизм. *Сумерки богов*. Москва: Политиздат, 1985. С. 319–241.
110. Столович Л.Н. Искусство и игра. Москва: Знание, 1987. 64 с.
111. Финк Э. Основные феномены человеческого бытия. *Проблема человека в западной философии*. Москва: Прогресс, 1988. С. 357–404.
112. Хренов Н.А. Театр. Место зрелищных искусств в художественной культуре. Обзорная информация. Москва: Знание, 1977. 241 с.
113. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Санкт-Петербург: ТОО ТК Петрополис, 1998. 432 с.
114. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. Санкт-Петербург: Симпозиум, 2007. 502 с.

115. Олянич А.В. Театральность как категория политического дискурса. *Дискурс-Пи*. 2015. № 2. С. 176–178.
116. Debord Guy. La société du spectacle. URL: [http://sami.is.free.fr/Oeuvres/debord\\_societe\\_spectacle\\_1.html](http://sami.is.free.fr/Oeuvres/debord_societe_spectacle_1.html).
117. Сагіна Ю. Синергетика театру та глядача. *Аркадія*. 2008. № 4(22). С. 15–18.
118. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Москва: Прогресс, 1986. 260 с.
119. Ершова-Бабенко И.В., Гончарова О.Е. Макромодель «водитель – автомобиль – среда» и проблема взаимодействия систем разного класса в аспекте концептуальной модели психосинергетики «целое в целом». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія*. 2015. Вип. 10. С. 52–59.
120. Прокопович Л.В., Иванова Л.А. Литейные отвалы как синергетический объект исследования. *Пути повышения качества и экономичности литейных процессов*: материалы научн.-техн. конфер. (Одесса, 1996). Одесса: Совпін, 1996. С. 108–113.
121. Наконечна О. Детермінанти створення та втілення сценічного образу у театральному мистецтві. Одеса: Астропрінт, 2006. 248 с.
122. Новаченко Т. О синергетике образования. *Виховання і культура*. 2004. № 3. С. 3–5.
123. Ершова-Бабенко И.В. Психосинергетические стратегии человеческой деятельности (Концептуальная модель). Монография. Винница: NOVA КНУНА, 2005. 360 с.
124. Евин И. Искусство и самоорганизация. *Что такое искусство с точки зрения физики?* Москва: Воентехиздат, 2000. 144 с.
125. Астафьева О.Н., Добронравова И.С. Социокультурная синергетика в России и Украине: предметная область, история и перспективы. *Ершова-Бабенко И.В. Психосинергетика. Монография*. Херсон: Гринь Д.С., 2015. С. 387–415.
126. Шиллер Ф. Собрание сочинений: в 7 т. Москва, 1857. Т. 6.
127. Новейший философский словарь / ред. А.А. Грицанов. – 3-е изд., испр. Москва: Книжный Дом, 2003. 1280 с.

128. Кассієр Е. Поняття символічної форми в структурі про дух. *Культурологія ХХ століття*. 1998. № 1. С. 37–66.
129. Лихонина О.В. Театральность культуры тоталитарного государства. Дис. ... канд. культурологии. Екатеринбург, 2008.
130. Бувалець О.О. Театральність і театралізація в сучасному культурологічному дискурсі. *Культура України*. Вип. 43. 2013. С. 20–23.
131. Сурмін Ю.П. Майстерня вченого: Підручник для науковця. Київ, 2006.
132. Прокопович Л.В. Аналіз практики використання театральної термінології в поясненнях соціальних явищ та процесів. *Перспективи: соціально-політичний журнал*. Серія: Філософія. 2016. № 2-3(68-69). С. 67–73.
133. Goffman, E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburg Social Sciences Research Center, 1959.
134. Ковалёв А.Д. Предисловие к: Гофман И. Укоренение деятельности в окружающем мире. *Социологическое обозрение*. 2002. Т. 2. № 2. С. 10–13.
135. Вахштайн В.С. Теория фреймов как инструмент социологического анализа повседневного мира: Автореф. ... к. социол. наук. Москва: ГУ-ВШЭ, 2007. 35 с.
136. Вахштайн В.С. Драматургическая теория Ирвинга Гофмана: два прочтения. *Социологическое обозрение*. 2003. Т. 3. № 4. С. 104–118.
137. Вахштайн В.С. Социология повседневности: от «практики» к «фрейму». И. Гофман. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: Пер. с англ. / Под ред. Г.С. Батыгина и А.А. Козловой. Москва: Институт социологии РАН, 2003. *Социологическое обозрение*. 2006. Т. 5. № 1. С. 50–62.
138. Прокопович Л.В. Театрализация социокультурных коммуникаций: методологический аспект философского осмысления. *Дискурс в умовах мінливості соціокультурного простору: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Мелітополь, 20–21 квітня 2018 р.)*. Мелітополь: МДПУ, 2018. С. 141–143.

139. Прокопович Л.В. Театрализация социокультурной коммуникации: методологическое обоснование исследовательского подхода. *ScienceRise*. 2017. № 7(36). С. 29–32.
140. Прокопович Л.В. Парадигма театральности в исследованиях социокультурной коммуникации. *Актуальні дослідження в соціальній сфері: матеріали десятої міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 17 листопада 2017 р.)*. Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2017. С. 21–22.
141. Резник Ю.М. Социокультурный подход как методология исследований. *Вопросы социальной теории*. 2008. Вып. 1(2). Т. 2. С. 305–328.
142. Malinowski B. *Scientific Theory of Culture*. N. Carolina, 1944.
143. Radcliffe-Brown A.R. *Method in Social Anthropology*. Bombays; London; N.Y., 1973.
144. Tiryakian E. *Structural Sociology. Theoretical Sociology: Perspectives and Developments*. N.Y.: Applatoon Century Crofts, 1970. P. 111–135.
145. Yershova-Babenko I. From theory to practice-psychosynergetical strategies of human activity: conceptual model “the whole in the whole”/ “the whole-in-the whole” and composition techniques. *Cognitive technologies in education and social practice: possibilities of application*. Mauritius: LAP LAMBERT Academic Publishing RU, 2019. P. 58–88.
146. Ершова-Бабенко И.В., Козобродова Д.М. Постнеклассика: эволюция представлений о самоорганизующихся сложных средах и системах. Историко-философский анализ (от естествознания к социогуманитарной сфере). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 13. С. 48–58.
147. Прокопович Л.В. Порухення норм і правил як складова артистизму в «театрі» життя. *Наукове пізнання: методологія та технологія*. 2018. Вип. 2(41). С. 89–95.
148. Головки Б.А. Філософська антропологія: Навч. посібник. Київ: ІЗМН, 1997. 240 с.
149. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. Москва, 1995.
150. Тернер Дж. Структура социологической теории. Москва, 1985.

151. Бурдые П. Социальное пространство и генезис «классов». *Вопросы социологии*. 1992. Т. 1. № 1. С. 78–82.
152. Фрэзер Дж.Дж. Золотая ветвь: Исследование магии и религии. Москва: Политгиздат, 1980. 831 с.
153. Мосионжник Л.А. Человек перед лицом культуры: курс лекций. Кишинёв: Высшая Антропологическая школа, 2004. 402 с.
154. Козовик І.Я., Пономарів О.Д. Словник античної міфології. Київ: Наукова думка, 1989. 240 с.
155. Прокопович Л.В. Пояс Ипполиты. *Труды Одесского политехнического университета*. 2007. Вып. 1(27). С. 316–318.
156. Прокопович Л.В. Ювелирное искусство: культурологические аспекты: Монография. Одесса: Астропринт, 2015. 144 с.
157. Лосев А.Ф. Греческая мифология. *Мифы народов мира*: Энциклопедия: в 2 т. / Гл. ред. С.А. Токарев. Москва: Сов. энциклопедия, 1991. Т. 1. С. 332.
158. Лосев А.Ф. Дионис. *Мифы народов мира*: Энциклопедия: в 2 т. / Гл. ред. С.А. Токарев. Москва: Сов. энциклопедия, 1991. Т.1. С. 381.
159. Трагедия. Словарь античности / Сост. Й. Ирмшер (пер. с нем.). Москва: Эпис Лак, Прогресс, 1994. С. 583.
160. Волков Г.Н. Три лика культуры. Москва: Мол. Гвардия, 1986. 335 с.
161. Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. Москва, 1956. С. 198.
162. Лосев А.Ф. История античной эстетики. Софисты. Сократ. Платон. Москва, 1969.
163. Арістофан. Хмари / Пер. Б. Тена. URL: [http://www.aelib.org.ua/texts/aristophanes\\_clouds\\_ua.htm](http://www.aelib.org.ua/texts/aristophanes_clouds_ua.htm).
164. Розова Т.В. Утопія та сучасність. Одесса: Астропринт, 1997. 132 с.
165. Розова Т.В. Соціальний проект майбутнього, або чи можливе втілення модерної утопії за доби постмодерну? *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2018. № 21. С. 91–99.
166. Панченко Д.В. Платон и Атлантида. Москва, 1985.
167. Клавдий Элиан. Пестрые рассказы. Москва-Ленинград: Изд-во Академии Наук СССР, 1963.

168. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. Москва: Мысль, 1986. 571 с.
169. Прокопович Л.В. Дослідження генезису театру та театралізації життя як феноменів європейської культури. *Evropský filozofický a historický diskurs (European philosophical and historical discourse)*. 2018. V. 4, Iss. 3. P. 112–117.
170. Античная культура: литература, театр, искусство, философия, наука. Словарь-справочник / Под ред. В.Н. Ярхо. Москва, 1995.
171. Шестопал О.Г. Театральність як перцептивна категорія у контексті сучасних міждисциплінарних досліджень. *Літературознавчі студії*. 2013. Вип. 37(2). С. 436–442.
172. Шкляренко Ж.В. Міждисциплінарний характер перформансу. *Science Review*. 2018. № 5(12). Vol. 2. P. 44–46.
173. Евреинов Н.Н. Театр как таковой. Одесса: Негоциант, 2003. 45 с.
174. Рашупкина Д.В. Театрализация реальности как основа драматургического сюжета (Жан Жене). URL: <http://ec-dejavu.ru/g-2/Genet.html>.
175. Баканурский А.Г., Овчинникова А.П. Современный театральнo-драматический словарь. Одесса: Негоциант, 2007. 340 с.
176. Леви-Стросс К. Путь масок. Москва: Республика, 2000. 399 с.
177. Софронова Л.А. Маска как приём затруднённой идентификации. *Культура сквозь призму идентичности*. Москва: Индрик, 2006. С. 343–359.
178. Блок А.А. Собрание сочинений. В 8 т. Москва; Ленинград, 1962. Т. 5.
179. Аверинцев С.С. Греческая литература и ближневосточная словесность. Москва, 1871.
180. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. Минск: Харвест; Москва: АСТ, 2001. 688 с.
181. Сковорода Григорій. Повне зібрання творів. В 2 т. Київ, 1971. Т. 1.
182. Монтень М. Об искусстве жить достойно. Философские очерки / Сост. и авторы предисл. А. Гулыга и П. Пажитнов. Москва, 1973. 206 с.

183. Чеботникова Т.А. Роль-маска: условия реализации и нейтрализации. *Вестник Оренбургского государственного педагогического университета*. 2012. № 2(2). С. 74–80.
184. Прокопович Л.В. Визуализация культурной идентичности посредством костюмных украшений как форма театрализации повседневности. *ScienceRise*. 2016. № 11(28). С. 15–19.
185. Унамуно М. Избранное. В 2 т. Ленинград: Художественная литература, 1981.
186. Sherrington Charls Scott. *Man on his Nature*. Cambridge, 1951.
187. Корнев С. Имидж в эпоху спектакля. URL: <http://www.inache.net/signs/30>.
188. Боринштейн Е.Р. Проблемы социальных отклонений. *Перспективы*. 2011. № 4(50). С. 16–20.
189. Прокопович Л.В. Маски в соціальному «театрі»: свобода чи обмеження? *Актуальні філософські, політологічні та культурологічні проблеми розвитку людини і суспільства у динамічному та глобалізованому світі: Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 8-9 лютого 2019 р.)*. – Київ: ТНУ, 2019. С. 16–18.
190. Мелякова Ю.В. Буття права та буття у праві: від перформативу до перформансу. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2018. № 1(36). С. 90–113.
191. Прокопович Л.В. Концепт «маска» в соціально-філософському осмисленні «театру» буття. *Scientific Journal “Virtus”*. 2019. #31. Р. 16–20.
192. Бажанова Р.К. Соотношение артистизма и театральности: философско-культурологический анализ. *Учёные записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2010. Т. 152, кн. 1. С. 34–40.
193. Лишаев С.А. Эстетика Другого: эстетическое расположение и деятельность. Самара: Самарская гуманитарная академия, 2003. 296 с.
194. Овчинникова А.П. Современные технологии театрального искусства и принцип *hic et nunc* Ежи Гротовского. *Технології та їх вплив на сучасну культуру і мистецтво України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 10-11 лютого 2019 р.)*. – Київ: ТНУ, 2019. С. 10–14.



- жнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 22–23 березня 2018 р.). Одеса: МГУ, 2018. С. 141–144.
195. Горфункель Е. Смоктуновский. Москва: Искусство, 1990. 234 с.
196. Панасюк В. Сценические приоритеты и мода в контексте взаимодействия художественной и нехудожественной сфер. *Архивия*. 2010. № 1(27). С. 13–16.
197. Шутко Д. Причудливый полёт бабочки: от реальной истории к подлинному успеху. *Мариинский театр. Джакомо Пуччини. Мадам Баттерфляй*: Программа. 224-й сезон. Санкт-Петербург, 2006.
198. Лотман Ю.М. Литературная биография в историко-культурном контексте (к типологическому соотношению текста и личности автора). *Избранные статьи. В 3 т.* Таллинн, 1992. Т. 1. С. 365–377.
199. Голубович И.В. Биография: силуэт на фоне Humanities (Методология анализа биографии в социокультурном знании). Монография. Одесса: ЧП «Фридман», 2008. 372 с.
200. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. Москва: Искусство, 1977. 183 с.
201. Прокопович Л.В. «Театр» блазнів як феномен європейської культури. *Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland: Intrnational Multidisciplinary Conference (Wolomin, Republic of Poland, 19-20 October 2018)*. Wolomin, 2018. P. 176-178.
202. Почему шут гороховый? *Вокруг света*. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/quiz/687/>.
203. Прокопович Л.В. Исследование театральности как черты коммуникативных функций литературных трикстеров. *ScienceRise*. 2017. № 10(39). С. 24–27.
204. Прокопович Л.В. Фольклорні та літературні трикстери у «театрі» буття: соціально-філософський аналіз. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 141(2). Ч. 2. Філософські науки. С. 111–116.
205. Дугин А. О роли «шута». *Философия Политики*. URL: <http://arcto.ru/article/1199>.
206. Добров С.Б. Новый Лаокоон, или о границах изобразительного и выразительного: Монография. Одесса: Печатный дом, 2009. 240 с.

207. Прокопович Л.В. О границах поэтического и технического творчества. *Аркадія*. 2010. № 1(27). С. 39–41.
208. Эдвард де Боно. Рождение новой идеи. Москва: Прогресс, 1976. 143 с.
209. Лук А.Н. Психология творчества. Москва: Наука, 1978. 127 с.
210. Хokusай. Мгновения изменчивого мира. *New Style*. URL: <http://newstyle-mag.com/hokussai-beyond-the-great-wave>.
211. Джефф Б. Майкельсон и скорость света. Москва, 1963.
212. Кулиев К. Жить, удивляясь. URL: <http://k-kuliev.ru/poem/ganeniekamn/707-2011-10-20-08-28-38.html>.
213. Таксиль Л. Забавная Библия. М.: Политиздат, 1964. 471 с.
214. Гольбах П. Галерея святых. М.: Госполитиздат, 1962. 352 с.
215. Прокопович Л.В. Народная сказка как культурный текст с мифопоэтической кодировкой смыслов (на примере сказки «Колобок»). *Первый независимый научный вестник*. 2016. № 7. С. 23–28.
216. Prokopovich L. Comparative analysis of approaches in coding information using symbols and mythopoetic images (Сравнительный анализ подходов в кодировании информации с помощью знаков и мифопоэтических образов/символов). *Innovative technologies in the formation and development of human capital: Monograph 16*. Katowice: Katowice School of Technology, 2018. P. 37–46.
217. Прокопович Л.В., Лысь Д.А. Криптография и мифопоэтическая символика: сравнительный анализ подходов в кодировании информации. *Моделирование в прикладных научных исследованиях: материалы XXVI семинара* (Одесса, 23–24 января 2018 г.). Одесса: ОНПУ, 2018. С. 22–24.
218. Прокопович Л.В. Українські народні казки як культурний феномен: Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з дисципліни «Історія української культури». Одеса: ОНПУ, 2015. 23 с.
219. Чанышев А.Н. Курс лекций по древней философии. Москва: Высшая школа, 1981.
220. Император Юлиан. Письма. Против христиан. Враг бороды. *Поздняя греческая проза*. Москва: ГИХЛ, 1961. С. 639–654.

221. Радциг С.И. Введение в классическую филологию. Москва: МГУ, 1965.
222. Прокопович Л.В. «Священный скарабей» в ювелирных украшениях Древнего Египта: проблемы интерпретации символа. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2015. Вип. 1(45). С. 202–209.
223. Прокопович Л.В. Намисто Фрейї. *Первый независимый научный вестник*. 2016. № 9–10. С. 163–169.
224. Прокопович Л., Павленко А. Сверчок как мифопоэтический образ славянской культуры. *Аркадія*. 2015. № 1(42). С. 64–67.
225. Прокопович Л.В. Этимологические загадки аметиста. *Труды Одесского политехнического университета*. 2006. Вып. 1(25). С. 306–308.
226. Kernbach V. Dictionar de mitologie generală. București, 1989.
227. Шеллинг Ф.В.Й. Сочинения. В 2 т. Москва: Мысль, 1989.
228. Васильев Л.С. История религий Востока. Москва, 1983.
229. Мештерхази Л. Загадка Прометея. Кишинёв: Литература артистикэ, 1985.
230. Введение в философию. В 2 ч. / Под ред. акад. И.Т. Фролова. Москва: ИПЛ, 1989. Т. 1.
231. Лосев А.Ф. Античная мифология в её историческом развитии. Москва, 1957.
232. Eliade M. Aspects du mythe. Paris: Gallimard, 1963. 251 p.
233. Элиаде М. Тайные общества: Обряды инициации и посвящения. Киев: София; Москва: Гелиос, 2002. 352 с.
234. Клейн Л.С. Археология в седле (Косинна с расстояния в 70 лет). *Stratum plus*. № 4 (Время великих миграций). Санкт-Петербург – Кишинёв – Одесса – Бухарест, 2000. С. 88–140.
235. Дьяконов И.М. Архаические мифы Востока и Запада. Москва: Наука, 1990.
236. Кэмпбелл Дж. Герой с тысячью лицами: Миф. Архетип. Бессознательное. Санкт-Петербург: София, 1997. 335 с.
237. Кэмпбелл Дж. Мифы, в которых нам жить. Киев: София; Москва: Гелиос, 2002. 252 с.

238. Конспект лекцій з курсу «Міфопоетика культурного артефакту» для студентів спеціальності 034-Культурологія / Укл. Л.В. Прокопович. Одеса: ОНПУ, 2017. 27 с.
239. Міфопоетика образу сніжинки в культурних артефактах: навч. посібник / укл. Л.В. Прокопович. Одеса: Екологія, 2019. 44 с.
240. Леви-Стросс К. Первобытное мышление. Москва: Республика, 1994. 384 с.
241. Durand G. Figures mythiques et visages de l'oeuvre: de la mythocritique a la mythanalyse. Paris: Dunod, 1992. 364 p.
242. Дюран Ж. Миф. *Трансляция фа*. URL: <http://www.fatuma.net/text/durant>.
243. Кобзар О. Міфопоетичний аналіз художнього твору. *Філологічні науки*. 2013. № 5. С. 16–23.
244. Иванов В.В. Антропогонические мифы. *Мифы народов мира. Энциклопедия*: в 2 т. Москва: Сов. энциклопедия. Т. 1. С. 87–89.
245. Літопис руський. Роки 1068–1073. *Ізборник*. URL: <http://izbornyk.org.ua/litop/lit09.htm>.
246. Прокопович Л. Календарь славянской ритуальной куклы: февраль. *Аркадія*. 2015. № 4(45). С. 13–17.
247. Прокопович Л. Календарь славянской ритуальной куклы: январь. *Аркадія*. 2015. № 3(44). С. 15–18.
248. Дмитренко, М., Іваннікова Л., Лозко Г., Музиченко Я., Шалак О. Українські символи. Київ: Народознавство, 1994. 140 с.
249. Прокопович, Л.В. Куклы мартенички в дискурсе диалога и синтеза культур. *Діалог культур як засіб пізнання світу, шлях до взаєморозуміння*: матеріали ІХ Міжнародної наук.-практ. конф. Харків: ХНУБА, 2016. С. 69–71.
250. Прокопович Л.В. Календарь славянской ритуальной куклы: март. *Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві: збірник наукових праць*. Вип. 2(13). Одеса: Наука і техніка, 2016. С. 292–297.
251. Белякова Г.С. Славянская мифология. Москва: Просвещение, 1995. 239 с.

252. Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. *Вопросы философии*. 1996. № 4. С. 15–25.
253. Платон. Законы. Соч. в 4 т. Москва: Мысль, 1994. 830 с.
254. Голдовский Б. Энциклопедия куклы. Москва: Время, 2004. 496 с.
255. Иванова Д. Специфіка античного театру ляльок: осмислення теоретичного та практичного досвіду. *Аркадія*. 2015. № 2(42). С. 74–78.
256. Вугом М. The puppet theater in antiquity. Oxford: DaSilva Puppet Books, 1996. 38 p.
257. Аврелий М. Наедине с собой. URL: [http://librobook.me/naedine\\_s\\_soboi\\_razmyshleniia/vol1/2](http://librobook.me/naedine_s_soboi_razmyshleniia/vol1/2).
258. Квінт Горацій Фланк. Сатири / Пер. А. Содомора. URL: [http://ae-lib.org.ua/text-c/horatius\\_satires\\_ua.htm](http://ae-lib.org.ua/text-c/horatius_satires_ua.htm).
259. Синезий Киренский, митрополит Птолемаиды и Пентаполя. Полное собрание творений. В 2 т. Санкт-Петербург: Своё издательство, 2012–2014.
260. Слонимская Ю. Марионетка. *Аполлон*. 1916. № 3. С. 1–45.
261. Гончаров И. Обрыв. *КНИЖКА.ru*. URL: <http://knijky.ru/books/obryv>.
262. Распутин В. Последний срок. *Литмир*. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=22931&p=1>.
263. Данилюк С. Бизнес-класс. Москва: Вагриус, 2003. 446 с.
264. Прус Б. Кукла: Роман. Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1982. 592 с.
265. Вяземский П. Старая записная книжка. URL: [http://az.lib.ru/w/wjazemskij\\_p\\_a/text\\_0060.shtml](http://az.lib.ru/w/wjazemskij_p_a/text_0060.shtml).
266. Мандельштам О. Стихотворения. Петрозаводск: Карелия, 1990. 271 с.
267. Ершова-Бабенко И.В., Туран Душан. Специфика восприятия «Другого» через призму медиапространства: психосинергетический подход. *Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития*: материалы международной конф. Москва, 2007. С. 719–723.

268. Боринштейн Е.Р. Особенности самореализации личности в современном украинском обществе. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2014. С. 29–35.
269. Гнатенко П.І. Національна ідентичність та історична пам'ять. *Грані*. 2018. Том 21, № 10. С. 164–169.
270. Тэффи. Ностальгия: Рассказы; Воспоминания. Ленинград: Художественная литература, 1989. 448 с.
271. Кривоцюк Л., Спур А., Жихарева Д. Анімація в туризмі в контексті «одеського міфу». *Аркадія*. 2016. № 1(46). С. 63–67.
272. Прокопович Л.В. Філософсько-аксіологічний аспект «лялькового театру» буття. *Virtus*. 2018. № 28. Р. 39–42.
273. Прокопович Л.В. Соціально-філософські аспекти функцій ляльок у «театрі» буття. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 140(1). Ч. 2. Філософські науки. С. 83–88.
274. Дианов В.М. Искусство как форма общения. Ленинград, 1983. 217 с.
275. Черникова В.Е. Художественная коммуникация как объект философского исследования: На материале зарубежных теорий XXв. Дис. ... докт. филос. наук. Харьков, 1998. 360 с.
276. Акимов С.С. Коммуникативная природа искусства и некоторые вопросы методологии искусствоведения. *Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексева*. 2015. № 1. С. 41–45.
277. Грачёв В.И. Социокультурная коммуникация как объект информационно-аксиологического анализа в современной художественной культуре. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2007. № 41. Т. 8. С. 69–75.
278. Прокопович Л.В. Литературные пародии в системе социокультурной коммуникации: теория и практика: монография. Одесса: Феникс, 2017. 87 с.
279. Мелетинский Е.М. Культурный герой. *Мифы народов мира. Энциклопедия*: в 2 т. Москва: Сов. энциклопедия, 1992. Т. 2. С. 25–28.
280. Радин П. Трикстер. Исследование мифов североамериканских индейцев. *Открытый текст*. URL: <http://opentextnn.ru/data/files/radintrikster.pdf>.

281. Чернявская Ю. Трикстер или путешествие в Хаос. *Человек*. 2004. № 3. С. 37–52.
282. Юнг К. Душа и миф: шесть архетипов. Киев: Госуд. библиотека Украины для юношества, 1996. 384 с.
283. Слотердаик П. Критика цинического разума. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2001. 584 с.
284. Гаврилов Д.А. Трикстер в период социо-культурных преобразований: Диоген, Уленшпигель, Насреддин. *Experimentum-2005*. Москва, 2006. С. 166–178.
285. Ладохина О.Ф. Трикстер в одесском тексте русской литературы. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2014. № 2(2). С. 219–223.
286. Липовецкий М. Трикстер и «закрытое» общество. *НЛО*. 2009. № 100. С. 224–245.
287. Гашек Я. Пригоди бравого вояка Швейка. *Ізборник*. URL: <http://litopys.org.ua/hasek/has07.htm>.
288. Ліндгрєн А. Пєппі Довгананчоха. *Ae-lib*. URL: [http://ae-lib.org.ua/text/lindgren\\_pippi\\_landstrump\\_ua.htm](http://ae-lib.org.ua/text/lindgren_pippi_landstrump_ua.htm).
289. Булгаков М.А. Избранное: «Мастер и Маргарита»: Роман: Рассказы. Москва: Художественная литература, 1988. 480 с.
290. Бюргер Г.А., Распе Р.Э. Удивительные путешествия на суше и на море, военные походы и весёлые приключения Барона фон Мюнхгаузена, о которых он обычно рассказывает за бутылкой в кругу своих друзей (пер. С.С. Вальтман). Москва: Наука, 1984. 368 с.
291. Прокопович Л.В. Одесский сувенир. Одесса: ВМВ, 2009. 240 с.
292. Lipovetsky M. Charms of the Cynical Reason: Tricksters in Soviet and Post-Soviet Culture (Cultural Revolutions: Russia in the Twentieth Century). Boston: Academic Studies Press, 2011. 300 p.
293. Ніколаєва Г.О. Трансформація образу трикстера: від радянської до пострадянської культури (на прикладі вистав Одеського театру музичної комедії ім. М. Водяного). *Культура України*. 2015. № 49. С. 116–125.
294. Баканурский А. Герой и трикстер: комическая инверсия. *Докса*. 2002. Вип. 2: Про природу сміху. С. 154–160.

295. Бердяев Н.А. Философия творчества, культуры и искусства: в 2 т. Москва: Искусство, 1994. Т. 1. С. 37–342.
296. Прокопович Л.В. Литературная пародия в дискурсе социокультурной коммуникации. *Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХІ століття*: матеріали VII міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 11-13 вересня 2014 р.). Одеса, 2014. С. 221–227.
297. Прокопович Л.В. Літературна пародія як форма творчої дискусії. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2015. Вип. 2(46). С. 189–194.
298. Прокопович Л.В. Литературная пародия как форма художественной коммуникации. *Від смішного до великого: феномен комічного в літературі та культурі*: матеріали конф. (Бердянськ, 28–29 вересня 2017 р.). Бердянськ, 2017. С. 105–106.
299. Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. Москва: Наука, 1977.
300. Шатин Ю.В. Два лика пародии. *Критика и семиотика*. 2009. Вып. 13. С. 213–220.
301. Тимофеев Л.И., Тураев С.В. Краткий словарь литературоведческих терминов. Москва: Просвещение, 1985. 208 с.
302. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / Под ред. проф. Горкина А.П. Москва: Росмен, 2006. 228 с.
303. Словник літературознавчих термінів. URL: <https://ukrlit.net/info/dict/lnqg6.html>.
304. Прокопович Л.В. Пародия или эпиграмма? *Scientific discussion*. 2017. № 3. С. 45–48.
305. Прокопович Л.В. Мемуары творческих личностей – воспоминания или художественная их переработка? *Особистість митця у культурі*: матеріали II міжнародної наук.-практ. конф. (Херсон, 20–22 квітня 2016 р.). Херсон, 2016. С. 128–130.
306. Достоевский Ф.М. Бесы. *Bookmate*. URL: <http://bookmate.com/books/CWUzigfr>.
307. Алданов М.А. Истоки. *Lib.ru/классика*. URL: [http://az.lib.ru/a/aldanow\\_m\\_a/text\\_0082.shtml](http://az.lib.ru/a/aldanow_m_a/text_0082.shtml).



308. Жаржевская З. Стихи о стихах. *Стихи.ру*. URL: <http://www.stihi.ru/2012/03/17/1610>.
309. Какой же стих считать нам совершенным? *Форум «Культура и искусство»*. URL: <http://forum.33bru.com/>.
310. Аваз-Нурзеф М. Именем Пушкина – Грани Лондонского турнира. *Proza.ru*. URL: <http://www.proza.ru/2005/11/12-25>.
311. Горос Д. Винегрет рецензий. *Стихи.ру*. URL: <http://www.stihi.ru/avtor/egoros&book=7>.
312. Левитанский Ю. Царевич (Белла Ахмадулина). *Литературные пародии*. URL: <http://litparody.ru/authors/levitanskiy-yriy/tsarevich.html>.
313. Левитанский Ю. Строгая морковь (Ярослав Смеляков). *Литературные пародии*. URL: <http://litparody.ru/authors/levitanskiy-yriy/strogaya-morkov.html>.
314. Песнь о любви: Русская любовная лирика. Кишинёв: Литература артистикэ, 1985. 704 с.
315. Куюнжич Д. Пародия как повторная переработка (литературной) истории. *Журнальный зал*. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2006/80/ku6.html>.
316. Анненский И. Лирика. Ленинград: Художественная литература, 1979. 368 с.
317. Рассадин С., Сарнов Б. Рассказы о литературе. Москва, 1977. 351 с.
318. Становский А.Л. Энциклопедия души. Одесса: ВМВ, 2010. 304 с.
319. Гураль В. Что-то с чем-то. Одесса: Друк, 2008. 52 с.
320. Беданокова З.К., Кумук С.Х. Стихотворно-ритмические особенности рекламы как результат языковой игры. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2011. № 2. С. 45–48.
321. Учёнова В. Реклама в истории человечества. *Наука и жизнь*. 2002. № 12. С. 60–66.
322. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. Москва: Высшая школа, 1981. 320 с.
323. Коржавин Н. Вариации из Некрасова. *Библиотека русской поэзии*. URL: <http://libverse.ru/korzhavin/variacuii-iz-nekrasova.html>.
324. Пародия (Приор). URL: <https://ovvet.mail.ru/question/77460787>.

325. Губерман И. Он даму держал на коленях. *Неофициальный сайт Игоря Губермана*. URL: <http://guberman.lib.ru/index.htm>.
326. Иванов Ю. Пародия. URL: <http://www.hohmodrom.ru/>.
327. Прокопович Л.В. «Театр» наукових фальсифікацій: соціально-філософська рефлексія. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 143. С. 124–127.
328. Прокопович Л.В. Мистификации и фальсификации с научным уклоном. Так ли уж страшен чёрт? *Аркадія*. 2013. № 1(36). С. 19–21.
329. Уайтхед Дж. Серьёзные забавы / Пер. с англ. Л.А. Громовой, В.Б. Смиренского. Москва: Книга, 1986.
330. Маковский С. Портреты современников. *Серебряный век. Мемуары* (Сборник). Москва: Известия, 1990. С. 111–176.
331. Ситников К. «Достоверно и правдоподобно...». *Наука и жизнь*. 2010. № 10. С. 73–78.
332. Лукаш В., Михеева Е., Строков В. В начале было... *Наука и жизнь*. 2012. № 9. С. 2–11.
333. Вчені довели, що Туринська плащаниця є підробкою. *Gazeta.ua*. URL: <https://gazeta.ua/articles/history/.../848298>.
334. Хома Н.М. Політичний перформанс як постмодерна форма соціального протесту. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. Вип. 1(21). С. 18–22.
335. Воронкова А.І. Протести і мода в сучасному суспільстві: політологічний вимір. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2018. Т. 21, № 11. С. 40–46.
336. Прокопович Л.В. Українські народні прислів'я як джерело сенсентцій зі спілкування (міжособистісного та міжкультурного). *Діалог культур як засіб пізнання світу, шлях до взаєморозуміння: матеріали XI Міжнародної наук.-практ. конф.* (Харків, 11 квітня 2018 р.). Харків: ХНУБА, 2018. С. 105–107.
337. Українські традиції. URL: <http://traditions.in.ua/usna-narodnativorchist/>.
338. Почепцов Г.Г. Понятие коммуникативной трансформации. Предложение и текст в семантическом аспекте. Калинин: КГУ, 1978. С. 63–66.

339. Кдирова І.О. Процес національно-культурного відродження етнічних спільнот в Україні на шляху до національної єдності. *Економіка та держава*, 2011. № 4. С. 104–106.
340. Прокопович Л.В. Перцептивний аспект об'єднання в пословицях різних народів. *Культура в процесі духовно-морального розвитку глобального суспільства*: матеріали I Міжнародної наук. електронної конф. (Харків, 21 лютого 2018 р.). Харків: ХНТУСГ, 2018. С. 186–194.
341. Английские пословицы и поговорки. *ListEnglish*. URL: <http://list-english.ru/articles/50proverbs.html>.
342. Пословицы народов мира. URL: <http://www.poslovitza.ru/>.
343. Немецкие пословицы. URL: [http://deutsch-sprechen.ru/Немецкие\\_пословицы/](http://deutsch-sprechen.ru/Немецкие_пословицы/).
344. Китайские пословицы. URL: [https://ru.wikiquote.org/wiki/Китайские\\_пословицы](https://ru.wikiquote.org/wiki/Китайские_пословицы).
345. Сквозь волшебное кольцо. Британские легенды и сказки. Москва: Правда, 1987. 480 с.
346. Козин Н.Г. Идентификация. История. Человек. *Вопросы философии*, 2011. № 1. С. 37–48.
347. Прокопович Л.В. Соціально-філософський аналіз візуалізації культурної ідентичності в «театрі» повсякдення. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т. 22, № 1. С. 57–67.
348. Abrams S.Y. Identity Politics strengthens democracy. *Foreign Affairs*. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2019-02-01/>.
349. Siders J., Tesler M., Vavreck L. Identity politics can lead to progress. *Foreign Affairs*. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2019-02-01/>.
350. Варгас Льоса М. Глобализация и культурная идентичность. *Foreign Policy*. 2001. 01-02. URL: <http://noblit.ru/node/1435>.
351. Доній Н.С. Соціальна девіталізація особистості в суспільстві глобалізованого світу. Чернігів: Чернігівський національний технологічний університет, 2014. 280 с.
352. Пашинська А.В. Опора на тіло як фундамент стійкості самоідентичності особистості. *Грані*. 2018. Том. 21, № 8. С. 94–102.

353. Воропаєва В.Г. Проблема кризи ідентичності в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*. 2012. № 2. С. 35–40.
354. Гуссерль Е. Криза європейських наук і трансцендентальна феноменологія. Вступ до феноменологічної філософії. *Філософська думка*. 2002. № 3. С. 134–149.
355. Фейербах Л. Сочинения: в 2 т. Москва: Наука, 1995. Т. 2. 425 с.
356. Collenberg-Plotnikov V. Iconic turn. *Information Philosophie*. 2006. № 5.
357. Flusser V. *Gesten. Versuch einer Phänomenologie*. Frankfurt an Main, 1994.
358. Moxey K. Visual Studies and the Iconic Turn. *Journal of Visual Culture*. 2008. № 7.
359. Хенги Л.В., Козинцева Т.О. Феноменологія образу у Р. Барта. *Екологія візуальності: стратегії, концепти, проекти*: матеріали IV Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Черкаси, 8–10 жовтня 2015 р.). Черкаси, 2015. С. 57–59.
360. Барт Р. Система моди. Статті по семиотике культури. Москва, 2003. 512 с.
361. Флоренский П. Simbolarium (Словарь символов). Вып. 1. Точка / Некрасова Е.А. Неосуществленный замысел 1920-х годов создания Simbolarium'a (словаря символов) и его первый выпуск «Точка». *Памятники культуры. Новые открытия*. 1982. Ленинград: Наука, 1984.
362. Копытин А.И. Арт-терапия в эпоху постмодерна. Санкт-Петербург: Речь & Семантика-С, 2002. 224 с.
363. Лисоколенко Т.В. Экзистенциальное поле игры Й. Хейзинги. *Грані*. 2014. № 10(114). С. 18–23.
364. Пушонкова О.А. Примарне як явище візуальної культури. *Вісник Черкаського університету. Серія: Філософія*. Вип. 1. 2018. С. 79–87.
365. Савицкая Т.Е. Террор гламура: об одной из стратегий радикальной визуализации современной культуры. URL: [http://ifarcom.ru/files/Monitoring/savitskaya\\_terror\\_glamoura.pdf](http://ifarcom.ru/files/Monitoring/savitskaya_terror_glamoura.pdf).
366. Денисюк Ж.З. Феномен гламура масової культури як засіб конструювання уявних ідентичностей. *Міжнародний вісник: ку-*

- льтурологія, філологія, музикознавство. 2016. Вип. 1(6). С. 26–30.
367. Ємельова А.П. Особливості формування іміджу в сучасному дизайні костюма. *Особистість митця в культурі*: матеріали II міжнародної наук.-практ. конф. (Херсон, 2016 р.). Херсон, 2016. С. 163–164.
368. Прокопович Л.В. Металлургический шлак в дизайнерской бижутерии. *Аркадія*. 2015. № 2(43). С. 87–89.
369. Прокопович Л.В. Экологичные новации в дизайнерской бижутерии. *Екологія візуальності: стратегії, концепти, проекти*: матеріали IV всеукраїнської наук.-практ. конф. (Черкаси, 8–10 жовтня 2015 р.). Черкаси, 2015. С. 205–206.
370. Прокопович Л.В., Замятин Н.И. Снежинки в дизайнерской бижутерии: опыт использования станки с прямым управлением с компьютера. *Інформатика. Культура. Техніка*: збірник тез доповідей IV українсько-німецької конференції. Одеса: ОНПУ, 2016. С. 75–76.
371. Прокопович Л.В. Разработка технологии имитации бронзы в дизайнерской бижутерии. *Первый независимый научный вестник*. 2017. № 18. С. 47–52.
372. Прокопович Л.В. Современные подходы в проектировании дизайнерской бижутерии. *Масова культура у сучасному художньо-комунікаційному просторі*: матеріали III наук.-практ. конф. (Херсон, 18–20 квітня 2017 р.). Херсон, 2017. С. 8–10.
373. Прокопович Л.В. «Джинсовая бижутерия» в контексте театрализации повседневности. *ScienceRise*. 2017. № 4(33). С. 22–26.
374. Прокопович Л.В. Функциональная и художественно стилиевая универсальность дизайнерской бижутерии. *Первый независимый научный вестник*. 2016. № 14. С. 16–20.
375. Колодко А. Елітарна культура в сучасному світі як противага масовій культурі споживання. *Аркадія*. 2015. № 3. С. 105–111.
376. Кузьмук О.М. Споживацька поведінка як механізм ідентичності. *Грані*. 2015. № 4. С. 12–16.
377. Прокопович Л.В. Геймеры: попытки имиджевой визуализации субкультуры. *Актуальні дослідження в соціальній сфері*: мате-

ріали дев'ятої міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 17 травня 2017 р.). Одеса, 2017. С. 25–27.

378. Геймеры – субкультура? URL: [https://games.mail.ru/pc/articles/feat/gejmer\\_subkultura\\_by\\_glebghost\\_mail\\_ru/](https://games.mail.ru/pc/articles/feat/gejmer_subkultura_by_glebghost_mail_ru/).
379. Прокопович Л.В. Косплей как социальное явление: перформативное от костюмированного шоу к театрализации. Актуальні дослідження в соціальній сфері: матеріали одинадцятої міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 17 травня 2018 р.). Одеса, 2018. С. 22–23.
380. Геймеры. 25-й кадр – молодежи о важном. URL: <http://www.publiclibraru/readers/25kadr/mol-subculture-geineri.htm>.
381. Прокопович Л.В. Стимпанк: трансляция стиля из научной фантастики в дизайнерскую бижутерию. *ScienceRise*. 2016. № 6/1(23). С. 38–43.
382. Прокопович Л.В. Брошь с меняющейся композицией: ювелирная новация в тенденциях современного «театра» повседневности. *The Scientific Heritage*. 2018. № 20(Р.2). С. 3–6.
383. Коршунова Е. Аксессуары-трансформеры. Woman Only. URL: [http://womanonly.ru/krasota\\_i\\_moda/moda\\_i\\_stil/aksessuary-transformery](http://womanonly.ru/krasota_i_moda/moda_i_stil/aksessuary-transformery).
384. Кісіль М.В. Експеримент у моделюванні одягу як пошук нової функціональності. *Функції дизайну в сучасному світі*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Суми, 2017 р.). Суми, 2017. С. 38–39.
385. Трач О.Ю., Карий О.І. Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 706. С. 182–187.
386. Скалацька О.В. Мода як соціальний феномен: перформативно-просторовий підхід: монографія. Одеса: Печатный дом, 2016. 242 с.
387. Прокопович Л.В. Арт-объект с организацией пространства как территория культурных смыслов. *Соціокультурні тенденції розвитку сучасного мистецтва та дизайну*: матеріали IV міжнародної наук.-практ. конф. (Херсон, 5–9 листопада 2018 р.). Херсон, 2018. С. 231–215.

388. Прокопович Л.В. Вплив інтерактивних арт-об'єктів на театралізацію сучасного міста: соціально-філософський аналіз. *Virtus*. 2018. № 29. Р.15–18.
389. Григорьева Е.Э., Тимофеева Е.Н. Арт-объекты в городской среде. *Образование и наука в современных реалиях*: материалы IV международной научн.-практ. конф. (Чебоксары, 26 февраля 2018 г.). Чебоксары, 2018. С. 18–19.
390. Голубовская В. На краю родной Гипербореи. Одесса: Печатный дом, 2004. 232 с.
391. Березинская Е.В. Культурный облик региона как системообразующий компонент социально-культурной ситуации. *Технології та їх вплив на сучасну культуру і мистецтво України*: матеріали міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 22–23 березня 2018 р.). Одеса: МГУ, 2018. С. 42–44.
392. Сквирская В., Хэмфри К. Одесса: «скользкий» город и ускользающий космополитизм. *Вестник Евразии*. 2007. № 1(35). С. 87–116.
393. Кривцова Н.В. Психологічні особливості потенціалу самореалізації особистості. Автореф. ... канд. психол. наук, 19.00.01 – загальна психологія, історія психології. Одеса: ОНПУ ім. І.І. Мечнікова, 2018. 21 с.
394. Прокопович Л.В. Соціально-філософські засади театралізації політичної сфери. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т. 22. № 2. С. 48–58.
395. Поцелуев С.П. Диалог и квазидиалог в коммуникативных теориях демократии. Ростов-на-Дону: СКАГС, 2010. 496 с.
396. Русакова О.Ф. Коммуникативные стратегии перформативного дискурса. *Дискурс-Пи*. 2014. С. 12–14.
397. Льницька У.В. Перфомансна комунікація як політична технологія та складова іміджевої PR-стратегії збройних сил. *Військово-науковий Вісник*. 2009. № 12. С. 189–200.
398. Хома Н.М. Політичний перфоманс як постмодерна форма соціального протесту. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. Вип. 1(21). С. 18–22.
399. Прокопович Л.В. Эксплуатация архетипа Древа жизни в политических PR-технологиях. *Аркадія*. 2010. № 3(29). С. 21–24.

400. Велецкая Н.Н. Языческая символика славянских архаических ритуалов. Москва, 1978. 240 с.
401. Напсо М.Д. Общество потребления и театрализация современной жизни. *Психология и Психотехника*. 2015. № 12. С. 1214–1219.
402. Прокопович Л.В. Исследование костюмных украшений и аксессуаров как средств коммуникации в политическом «театре». *ScienceRise*. 2018. № 1(42). С. 16–19.
403. Бакеркина О.А. Мода и театр: грани взаимодействия. Екатеринбург: РГППУ, 2012. 133 с.
404. Воронкова А.І. Протести і мода в сучасному суспільстві: політологічний вимір. *Грані*. 2018. Т. 21, № 11. С. 40–46.
405. Баштанник О.В. Проблема викривлення комунікації в управлінських відносинах та відтворення політичного порядку. *Грані*. 2018. Т. 21. № 7. С. 17–23.
406. Костельнюк М.М. Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій. *Грані*. 2018. Т. 21. № 5. С. 123–132.
407. Neuman R., Marcus G., Mackuen M. The Affect Effect. Dynamics of emotion in political thinking and behavior. Chicago: The University of Chicago Press, 2007. 440 p.
408. Прокопович Л.В. Аплодисменти в політичному «театрі»: соціокомунікативний аспект технології. *Наукове пізнання: методологія та технологія*. 2019. № 1(42). С. 94–98.
409. Морелл Р. Учёные: аплодисменты – это социальная инфекция. *ВВС. Україна*, 19 июня 2013 г.
410. Голованов В. Аплодисменты и одобрительные возгласы: тщательно управляемая драма в магазинах Apple. *Habr*. URL: <https://habr.com/ru/post/434518/>.
411. Прокопович Л.В. Исследование артистизма и театральности в спорте как в культурной практике. *Молодой ученый*. 2018. № 7(59). С. 350–353.
412. Турищева Л.И. От элементов техники к элементам творчества. Ленинград, 1986. 18 с.



413. Винер-Усманова И.А., Крючек Е.С., Медведева Е.Н., Терехина Р.Н. Теория и методика художественной гимнастики. Артистичность и пути ее формирования. Москва: Спорт, 2015. 120 с.
414. Коренберг В.Б. Заметки о культуре движений. Гимнастика. Москва: Физкультура и спорт, 1972. С. 14–18.
415. Энциклопедический словарь по физической культуре и спорту. Т. 1 / Гл. ред. Г.И. Кукушкин. Москва: Физкультура и спорт, 1961. 368 с.
416. Плеханова М.Э. Факторы, определяющие соревновательную надежность спортсменов в художественной гимнастике. *Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта*. 2006. № 4. С. 17–20.
417. Сосіна В. Шляхи вдосконалення виразності рухів як складової виконавчої майстерності спортсменів у видах спорту зі складною координацією. *Вісник Львівського університету*. 2014. Вип. 14. С. 155–159.
418. Шипилина И.А. Хореография в спорте. Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. 224 с.
419. Лисицкая Т.С. Хореография в гимнастике. Москва: Физкультура и спорт, 1984. 176 с.
420. Performance. *Dictionary.com*. URL: <http://www.dictionary.com/browse/performance>.
421. Мироненко С.А. Определение понятий «перформативность» и «перформанс» в научно-исследовательском дискурсе. *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: филология и искусствоведение*. 2014. № 1(134). С. 67–74.
422. Schechner R. Performance Studies: An Introduction. London: Routledge, 2013. 359 p.
423. Судейская система ИСУ. *Википедия*. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Судейская\\_система\\_ИСУ](https://ru.wikipedia.org/wiki/Судейская_система_ИСУ).
424. Роднина И. Слеза чемпионки. Москва: Время, 2013. С. 175–177.
425. Мильман А.Л. Мода как форма театрализации жизни: эстетические аспекты проектирования костюма. Дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 1998. 184 с.
426. Скалацька О.В. Простір моди у соціально-філософському вимірі. Дис. ... докт. філос. наук, 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Одеса, 2018.

427. Пуаре П. Одевая эпоху / Пер. с фр. Н.Ф. Кулиш. Москва: Этерна, 2011. 416 с.
428. Скалацька О.В. Соціальна театральність у просторі моди: філософський аналіз. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2015. С. 119–121.
429. Ткаченко Р. Мода в современном музейном пространстве. *Аркадія*. 2015. № 3(44). С. 31–35.
430. Ипполитов А. Опустевшее время. *Вчера сегодня никогда*: сборник статей. Санкт-Петербург: Сеанс; Амфора, 2008. С. 7–20.
431. Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе. Москва: Новое литературное обозрение, 2012. 336 с.
432. Прокопович Л.В. Проблемы понятийного аппарата при исследованиях арт-рынка в сфере выставочной деятельности. *Труды Одесского политехнического университета*. 2010. Вып. 1(33)–2(34). С. 290–294.
433. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки. Миргород. Москва: Художественная литература, 1978. 336 с.
434. Йосипенко М.К. Вертеп. *Український драматичний театр*. В 2 т. Київ: Наукова думка, 1967. Т. 1. С. 34–43.
435. Казимиров О.А. Український аматорський театр (Дожовтневий період). Київ: Мистецтвознавство, 1965. 133 с.
436. Лугова Т. Характер еволюційних змін східноукраїнського вертепного театру другої половини ХІХ століття. *Аркадія*. 2015. № 1(42). С. 40–44.
437. Менделеев Д. Впечатления Всероссийской выставки в Нижнем Новгороде. *Новое время*, 5 июля 1896.
438. Амфитеатров А.В. Жизнь человека, неудобного для себя и для многих. В 2 т. Москва: Новое литературное обозрение, 2004. Т. 1. 584 с.
439. Прокопович Л.В. Современные технологии проектирования ювелирных изделий: компьютерная графика или эскизы «от руки». *Технології та їх вплив на сучасну культуру і мистецтво України*: матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса, 22-23 березня 2018 р.). Одеса: МГУ, 2018. С. 108–109.

440. Boas F. Principles of Museum Administration. *Science*. 1907. Vol. 25. P. 921–933.
441. Хобсбаум Э. Разломанное время. Культура и общество в двадцатом веке. Москва: АСТ, 2017. 384 с.
442. Eriksen A. From antiquities to heritage: transformations of cultural memory. Berghah, 2014.
443. Гринько И.А. Музейная антропология и музейный менеджмент. *Томский журнал лингвистических и антропологических исследований*. 2019. № 1(23). С. 113–123.
444. Баканурский А.Г. Театрализация музейного пространства. *Митець і музей: шляхи взаємодії*: матеріали наук. конф. (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. 106 с.
445. В Британском музее беспрецедентный финансовый кризис. *NEWSru.com. Культура*. URL: <http://newsru.com>.
446. Тихонова Н. Как бюджетные проблемы ударили по культуре Старого и Нового Света. *PROSTIR.MUSEUM*. URL: <http://prostir.museum.ua>.
447. Палеонтология и финансовый кризис: в США закрывают палеонтологический музей. *Аммонит.ру*. URL: <http://www.ammonit.ru>.
448. Европа лишится двух известных музеев. *Дни.ру*. URL: <http://www.dni.ru>.
449. Музеи страдают от кризиса. *Вестник Кипра*. URL: <http://vkcyprus.com>.
450. Архив Государственного Русского музея. Оп. 6. Ед. хр. 704.
451. Фёдоров Н.Ф. Сочинения. Москва, 1982.
452. Москалец А.А. Театралізація в музеї. *Дніпропетровський національний музей ім. Д.І. Яворницького*. URL: [http://museum.dp.ua/article\\_2015\\_51.html](http://museum.dp.ua/article_2015_51.html).
453. Майлз Р. Как музеи научились мобилизовывать ресурсы. Десять лет перемен в музейном секторе Великобритании. *Музеи в период перемен*: материалы российско-британского семинара. Санкт-Петербург, 1996.

454. Слуцкая Е.А. Современные возможности театрализации музейного пространства. *Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф.* (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 73–74.
455. Гринько И.А., Шевцова А.А. К вопросу о методике и методологии экспонирования в медицинском музее. *История медицины*. 2018. Т. 5. № 4. С. 344–350.
456. Прокопович Л.В. Свет и тень рынка искусства: хрестоматия. Одесса: Астропринт, 2016. 236 с.
457. Парижский Лувр стал самым посещаемым музеем мира. *KM.ru*. URL: <http://www.km.ru>.
458. Прокопович Л.В. Художественная литература о музеях как альтернатива музейным путеводителям. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2014. Вип. 1(43). С. 282–287.
459. Гацур Г.Г. Музей мебели. *История мебельного искусства и интерьеров*. URL: <http://mmmebl.ru>.
460. Андреев А. В Музее контрабанды пополнение. *Odessit.ua*. URL: <http://www.odessit.ua>.
461. Солнцева Е., Шарый А. «Музей невинности» как музей и роман. URL: <http://www.svoboda.org>.
462. Бахтеева М. Практика раскодирования музейного предмета: вопрос актуализации эстетических и сакральных смыслов вещи. *Аркадія*. 2013. № 2(37). С. 11–13.
463. Прокопович Л.В. Музей и художественная литература: пути взаимодействия. *Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф.* (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 23–24.
464. Прокопович Л.В. Музеи в художественной литературе: перспективы совместной маркетинговой политики. *Аркадія*. 2013. № 2(37). С. 9–10.
465. Prokopovich L.V. Museums at belles-lettres: cultural and economical effects of indirect advertising. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2013. Вип. 3(42). С. 320–322.
466. Прокопович Л.В. Музейная тематика в художественной литературе: расширение коммуникационного пространства музея. *Музей як візуальний текст культури: матеріали V Всеукраїнської наук.-практ. конф.* (Черкаси, 5–6 вересня 2017 р.). Черкаси, 2017. С. 23–25.

467. Чернов Т.О. Музей как коммуникативный транслятор культуры. *Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф.* (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 76–77.
468. Ковалёва Н.И., Королькова О.В. Современный музей как универсальный механизм культурной коммуникации. *Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф.* (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 84–85.
469. Пушонкова О.А. Форми артизації дійсності у музейній практиці. *Митець і музей: шляхи взаємодії: матеріали наук. конф.* (Одеса, 25–27 квітня 2013 р.). Одеса, 2013. С. 97–98.
470. Шнирельман В.А. Историко-этнографический музей: презентация традиции или репрезентация конструкции. *Этнографическое обозрение*. 2010. № 4. С. 3–26.
471. Фильюшкин А.И. Как изображать прошлое нации? Два подхода к музейным экспозициям (на примере Эстонии и Белоруссии). *Вопросы музеологии*. 2016. № 1(13). С. 3–9.
472. Гринько И.А., Шевцова А.А. «Реанимируя Андерсена»: музей и карта в формировании современных идентичностей. *Культурологический журнал*. 2015. № 1(19). С. 103–109.
473. Engaging your Community: A Toolkit for Museums. Ontario Museum Association, 2015.
474. Селиверстова А.С. Социальный хаос как проблема социальной философии. *Virtus*. 2018. № 28. С. 43–47.
475. Лосев А.Ф. Гесиод и мифология. *Эстетическая терминология ранней греческой литературы*. Москва, 1954.
476. Хаос. *Мифы народов мира*. Энциклопедия в 2 т. Москва: Сов. энциклопедия, 1992. Т. 2. 719 с.
477. Секст Эмпирик. *Против учёных. Сочинения в 2 т.* Москва: Мысль, 1976. Т. 1. С. 61–376.
478. Топоров В.Н. Космос. *Мифы народов мира*. Энциклопедия в 2 т. Москва: Сов. энциклопедия, 1992. Т. 2. 719 с.
479. Колядки і щедрівки. Київ, 1965.
480. Stara pieśń podlaska zwana “Konopielką”. URL: [https://pl.wikisource.org/wiki/Cienka\\_ma%C5%82a\\_Konopielka](https://pl.wikisource.org/wiki/Cienka_ma%C5%82a_Konopielka).

481. Дзьобань О.П. Сучасна соціальна синергетика: до питань про визначення концептуальних основ. *Вісник національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія*. 2011. № 7. С. 3–15.
482. Бранский В.П. Социальная синергетика как постмодернистская философия истории. *Общественные науки и современность*. 1999. № 6. С. 117–127.
483. Тишин А.И. Самоорганизация в динамическом хаосе социальных процессов. URL: <http://rusnauka.narod.ru/lib/sociolog/1/selforg.htm>.
484. Бакиев А.Г. Становление методологии синергетики в лингвистике. *Вестник Башкирского университета*. 2014. Т. 19. № 2. С. 552–555.
485. Бачинин В.А. Социология: энциклопедический словарь. Санкт-Петербург, 2005.
486. Kauffman S. Antichaos and Adaptation. *Scientific American*. 1991. August. P. 64–70.
487. Прокопович Л.В. Дендриты: полемика продолжается. *Труды Одесского политехнического университета*. 2006. Вып. 2(26). С. 193–197.
488. Чайковский Ю. Юбилей Ламарка – Дарвина и революция в иммунологии. *Наука и жизнь*. 2009. № 5. С. 20–29.
489. Николаева А. Человек-снежинка. *Наука и жизнь*. 2009. № 1. С. 92–94.
490. Прокопович Л.В. Образ сніжинки як об'єкт та інструмент творчих експериментів. *Міфопоетика образу сніжинки в культурних артефактах*: навч. посібник. Одеса: Екологія, 2019. С. 4–15.
491. Руни Э. История математики. От создания пирамид до изучения бесконечности. Москва: Кучково поле, 2017. 208 с.
492. Схема снежинки. *Википедия*. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Схема\\_снежинки](https://ru.wikipedia.org/wiki/Схема_снежинки).
493. Федин Ф.О., Медведева Т.С. Моделирование и разработка информационной системы прогнозирования лесных пожаров. *Научные и образовательные проблемы гражданской защиты*. 2016. № 2(29). С. 59–65.

494. Как написать книгу: Метод снежинки Рэнди Ингермансона. *Школа вдохновения*. URL: <http://school-of-inspiration.ru/kak-napisat-knigu-metod-snezhinki-rendi-ingermansona>.
495. Гансова Э.А. Методология анализа общества. *Наукове пізнання: методологія та технологія*. 2019. № 1(42). С. 26–29.
496. Пригожин И.Р. От существующего к возникающему. Время и сложность в физических науках. Москва: Наука, 1985. 327 с.
497. Рябінін Є. Концепція керованого хаосу в контексті побудови сучасного світового порядку. *Політичні науки*. 2013. № 11. С. 32–37.
498. Таран В.О. Нестабільне суспільство як форма прояву соціального розвитку. *Культурологічний вісник Нижньої Наддніпряници*. 2014. С. 89–97.
499. Павлов А.П., Павлов П.А. Онтология социального хаоса. *Грамота*. 2015. № 8(58). Ч. 1. С. 136–139.
500. Косолапов Н. Глобализация, миропорядок XXI века в России. Постиндустриальный мир и Россия. Москва, 2001. 250 с.
501. Прокопович Л.В. Тема спирали в ювелирном искусстве. *Аркадія*. 2008. № 2(20). С. 50–52.
502. Горобец Б. Мировые константы  $\pi$  и  $e$  в основных законах физики и физиологии. *Наука и жизнь*. 2004. № 2. С. 64–69.
503. Корбалам Ф. Золотое сечение. Математический язык красоты. *Мир математики*. Москва: Де Агостини, 2014. 160 с.
504. Ершова-Бабенко И.В. Гипертеория «Brain – psyche – mind/consciousness» – постнеклассическое общее решение проблемы и методология исследования психомерности. *Norwegian Journal of development of the International Science*. 2019. № 29. С. 45–50.
505. Атаманюк З.М. Цілісність особистості через призму соціальної філософії. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 143(4). С. 7–11.
506. Нерубаская А.А. Бифуркации личности в системной классификации А. Уёмова. *Перспективи: соціально-політичний журнал. Серія: філософія*. 2016. № 2–3(68–69). С. 48–54.
507. Уёмов А., Сараева И., Цофнас А. Общая теория систем для гуманитариев. Warszawa: Uniwersitas Rediviva, 2001. 276 с.

508. Шалаев В.П. Синергетика в пространстве философских проблем современности: монография. Йошкар-Ола: МГТУ, 2009. 360 с.
509. Ткаченко Л. Креативність і творчість: сучасний контент. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*. Серія: Філософія. 2014. С. 138–144.
510. Коновальчук В.И. К вопросу творческого развития личности. *Балтийский гуманитарный журнал*. 2013. № 4. С. 20–23.
511. Цибра М.Ф. Моральне здоров'я як індикатор свободи особистості. *Перспективи: соціально-політичний журнал*. Серія: філософія. 2016. № 2-3(68–69). С. 107–113.
512. Добронравова И.С. Синергетика: становление нелинейного мышления. Киев, 1990. 230 с.
513. Жилин М. Проблема кризиса идентичности в современном философско-психологическом дискурсе. *Перспективи: соціально-політичний журнал*. Серія: філософія. 2016. № 2–3(68–69). С. 30–35.
514. Боринштейн Е.Р., Кавалеров А.А. Личность: её языковые ценностные ориентации: монография. Одесса: Астропринт, 2001. 168 с.
515. Бодров В.А. Проблема преодоления стресса. Coping Stress и теоретические подходы к его изучению. *Психологический журнал*. 2006. Т. 27. № 1. С. 122–133.
516. Гиллинен С., Дилтс Р. Путешествие героя. Путь открытия себя. Москва: Психотерапия, 2012. 320 с.
517. Жаббаров Т. Почему High Hume важнее цифровых навыков. URL: [http://edexpert.ru/high\\_hume](http://edexpert.ru/high_hume).
518. Парсонс Т. Соціальна структура і особистість. Київ: Дух і літера, 2011. 338 с.



*Наукове видання*

**ПРОКОПОВИЧ** Лада Валеріївна

**ТЕАТРАЛЬНІСТЬ  
В СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ  
ПРОЯВАХ КУЛЬТУРИ:  
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКЕ  
ДОСЛІДЖЕННЯ**

**МОНОГРАФІЯ**

*Надруковано в авторській редакції*

В оформленні обкладинки використані фрагменти гравюру  
Ж. Калло (XVII ст.) з персонажами комедії дель арте

Комп'ютерна верстка та дизайн

***Ігор Прокопович***

Формат 60 x 84 / 16

Ум. друк. арк. 39,06. Тираж 300 прим. Зам. № 89 (11)

---

ТОВ «Видавництво «Екологія»  
65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 23/1  
Тел.: (0482) 33-07-17, 37-14-25, (048) 7-855-855  
www.astroprint.ua, www.stranichka.in.ua; email: astro\_print@ukr.net  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 1873 від 20.07.2004 р.

Надруковано з готового оригінал-макету  
в авторській редакції «ФОП Побута М. І.»  
65044, м. Одеса, пр-т Шевченка, 1-а  
Тел.: (048) 770-24-74

