

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ ЖУРНАЛ
№ 2(8)



«Аркадія»

Свід. про регістр. №915,
серія ОД, 29 грудня 2003 р.

Засновники:

Одеський Національний
політехнічний університет,
ТОВ «Студія «Негоціант»

Журнал «Аркадія»
виходить на українській
і російській мовах.

Головний редактор

БАКАНУРСЬКИЙ А.Г.,
доктор мистецтвознавства,
професор (Одеса)

Редколегія

ЗБОРОВЕЦЬ І. В.,
доктор мистецтвознавства,
професор (Харків)

КРАСНОКУТСЬКИЙ Г. Є.,
кандидат історичних наук,
доцент (Одеса)

ЛАЩЕНКО А.П.,
доктор мистецтвознавства,
професор, член-кореспондент
Академії мистецтв України (Київ)

МАЛАХОВ В.П.,
доктор технічних наук,
член-кореспондент
Академії пед. наук, Україна
(Одеса)

МАРКОВА О.М.,
доктор мистецтвознавства,
професор (Одеса)

ОВЧИННИКОВА А.П.,
доктор мистецтвознавства,
професор (Одеса)

КОРНІЄНКО Н.М.,
доктор мистецтвознавства,
професор, член-кореспондент
Академії мистецтв України (Київ)

ЕСИПЕНКО Р.М.,
доктор історичних наук,
професор (Київ)

ШИЛО А.В.,
доктор мистецтвознавства,
професор (Харків)

МІСЮН А.В.,
кандидат мистецтвознавства,
доцент (Одеса)

СПРІНСЯН В.Г.,
кандидат мистецтвознавства,
доцент (Одеса)

КСЕНДЗЮК О.І.
Літературний редактор

КЛИМОВА В.Є.
Технічний редактор

ANAMNΗΣΙΣ / ВОСПОМИНАНИЕ

Ирина РЕШЕТНИКОВА
УНИВЕРСАЛЬНИЙ ЗНАКОВИЙ КОМПЛЕКС «СВЕТ-ТЬМА»
В ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ 2

Наталія ЄРМАКОВА
ВАЛЕРІЙ ІНКІЖИНОВ У «БЕРЕЗОЛІ» 6

Михайло КРИВОЛАПОВ
СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ТА ДУХОВНІ ОБСТАВИНИ
ФОРМУВАННЯ НОВИХ РИС ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ
У 1918-1935 РР. 14

ΕΛΙΚΩΝ / ΓΕΛΙΚΩΝ

Володимир ОТКИДАЧ
РОК-МУЗИКА ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ ТА
ЇЇ МІСЦЕ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРІ 17

Людмила САУЛЕНКО
ГЕРОЙ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ:
ШКІЦИ ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ 22

Тетяна ЗІНОВ'ЄВА
КАРНАВАЛ ЯК КУЛЬТУРНИЙ МЕХАНІЗМ
СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ 25

Ольга КОРОЛЬКОВА
СЛОВО КАК ПРОБЛЕМА. ПОЭТИЧЕСКОЕ СЛОВО
В ЛИТЕРАТУРЕ ЕВРОПЕЙСКОГО РОМАНТИЗМА 29

Марк НАЙДОРФ
ЗАМЕТКИ ПО КУЛЬТУРОЛОГИИ ТОТАЛИТАРИЗМА 33

ΒΟΤΡΙΣ / ВИНОГРАДНАЯ ГРОЗДЬ

Лидия КРИВОЦЮК
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВОСПИТАНИЯ 37

Нина КОВАЛЕВА
ПРОБЛЕМА КРИЗИСА ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ
В ФЕНОМЕНОЛОГИИ Э. ГУССЕРЛЯ И
ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ ОНТОЛОГИИ М. ХАЙДЕГГЕРА:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ 41

Мария БАБИЦКАЯ
ПОЧЕМУ Я ТАКОЙ, КАКОЙ Я ЕСТЬ? 47

Светлана КУШНИРОВА
ГЕНДЕРНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК
КОМПОНЕНТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ И
СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ 50

ΑΝΑΒΑΣΙΣ / ВОСХОЖДЕНИЕ

Константин ИЛЬИН
МИРЫ И ОБРАЗЫ РОБЕРТА ШЕКЛИ: ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ 55



Тетяна ЗІНОВ'ЄВА,
асистент кафедри культурології та
мистецтвознавства ОНПУ

КАРНАВАЛ ЯК КУЛЬТУРНИЙ МЕХАНІЗМ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Нещодавній виборчий епос України потребує відстороненого культурологічного осмислення вже тому, що вписав нашу країну у світову картину світу та змінив світобачення кожного українця. Тому важливо ще раз згадати ту бурхливу культурну ситуацію та осмислити, що взагалі відбулося, які культурні механізми визначили подальшу долю українців.

По слідах помаранчевих пристрастей написано вже багато, висловлено чимало точок зору, проаналізовано агітаційну політику й таке інше [3; 4; 7; 10; 14]. Наша стаття не претендує на апіорність і не є політичною, а являє собою лише ще одну спробу культурологічного аналізу сучасних подій.

Очевидно, це був двобій не лише між політичними силами, а й світоглядними парадигмами, кожна з яких була представлена своїм культурним героєм: образами В. Януковича та В. Ющенко. Так, Україна опинилася в ситуації бінарної опозиції. Це призводило не тільки до жорсткої конкуренції штабів, вимагало чіткого самовизначення кожної пересічної людини, але й було плідним полем для маніпулювання свідомістю виборців¹.

Як відомо, принцип бінарних протиставлень є структуроутворюючим для міфологічної свідомості², загостреної у сучасній людині щоденними та численними рекламами³. Цим скористалися культурологічно підковані політтехнологи. І ось перед нами розігрується велика політична містерія, в якій кожна сторона проголошує себе культурним героєм, а інший призначає роль трікстера. Так, на початку перегонів Янукович репрезентувався культурним героєм, Ющенко – трікстером.

Образ Януковича тиражувався за всіма правилами рекламних технологій⁴. На рівні буденної свідомості він – «своя людина», продовжувач старого, знайомого, зберігач уже встановленого порядку-космосу. В його іміджу акцентувалася маскулінність. Білборди літа 2004 мали текст: *«тому що – сильний, справедливий...»*, не випадковими були і його зображення на тлі пріапічних труб донецьких заводів. З іншого боку, як помічає Леся Ставицька, його телереклама була дуже фемінною: «сповільнена зйомка, статика екранного образу, стихія сімейного захисту й опіки через соматизм «руки» (з онуком на лавочці), характерна колис-

¹ Г.Г.Почепцов, наприклад, вказує, що масова свідомість оперує категоріями саме міфологічного плану. При цьому, на його думку, значимість їх особливо зростає у випадку екстремальних ситуацій (війни, революції), де міфологія стає практично єдиною формою організації масової свідомості. Він наголошує на тому, що міфологічні структури спираються на інформаційні блоки, що сприймаються аудиторією несвідомо й, з цієї причини, не можуть бути відкинутими [13, 204-205]. Р.Барт пише: «Миф носит императивный, побудительный характер: отталкиваясь он конкретного понятия, возникая в совершенно определенных обстоятельствах, он обращается непосредственно ко мне, стремится добратсья до меня, я испытываю на себе силу его интенции, он навязывает мне свою агрессивную двусмысленность» [1, 90]. Крім того, міф являє собою певну «граматику поведінки», тому й неможливо його спростування на текстовому рівні, яке у відповідь може трактуватися як виключення з правил [13, 208]. Тож, щодо сугестивності та маніпулятивності міфу не повинно виникати жодних сумнівів.

² Поняття «міф», «міфологічний просторіп» та «міфологічна свідомість» ми розуміємо так, як їх розглянуто в працях М.Еліаде «Аспекти міфа», О.Ф.Лосева «Знак. Символ. Миф», «Диалектика мифа», Є.М.Мелетинського «Поэтика мифа» та ін. А саме: міф не є казкове буття чи трансцендентне. Міф – це реальне, живе, природне і, навіть, почуттєве буття [8, 41]. Це – «подлинное, реальное событие <...> событие сакральное, значительное и служащее примером для подражания» [9, 11].

³ Питання організації телепродукції, зокрема, реклами, серіалів та політичної пропаганди, за законами міфичної свідомості докладно розглядав Р.Барт [1]. Тому цю тезу приймаємо як аксіому.

⁴ Якщо проаналізувати образ кандидата, то можна знайти всі прийоми міфологізації, що перелічив Р.Барт [1, 120-124]. Назвемо декілька з них. «Щеплення»: визнаються другорядні недоліки якогонебудь класового інституту, щоб тим самим краще замаскувати його основний порок. Імунізація колективної свідомості за допомогою невеликого щеплення офіційно визнаного недоліку. «Ототожнення»: дрібний буржуа – це така людина, що не в змозі уявити собі іншого. Тому кандидат повинний бути пізнаваним: «Він – наш хлопець!». До цього ж набору входять й «Проективність», апелювання до загальнолюдських цінностей, багатозначність висловлень, «Скромність та простота», «Героїчна міфологія» й таке інше.

ково-заспокійлива інтонація рекламного ролика, абсолютна безмовність рекламного героя, нарешті – ключові слова рекламного дискурсу Януковича: «спокій», «поміркованість», «досить» [14, 15]. Усе це створювало надзвичайно проєктивний образ, який набуває властивість переносити на себе будь-які бажання потенційного виборця. Залишається лише згадати витончену фразу Р.Барта: «Обирати вже не приходиться, залишається тільки розписатися в одержанні» [1, 124].

Ющенко – «одружений з американкою», носій іноземного, невідомого, а значить, хаосу. Тому антипропаганда, де на фоні його символів змальовувалася війна, мала велику сугестивність.

З включенням кольорових опозицій у семантичне поле виборів надало подіям ще більшої драматичності. Протистояння помаранчевого та синьо-білого набуло присмаку єгипетської містерії⁵. Боротьба йшла вже не між кандидатами в президента, а між Гором та Сетом.

Гор – син Осиріса – першого земного володаря, наступник правлячої династії, бог повітряного океану, синьо-білої стихії. Сет – заступник «чужих країн», бог пустелі, колір спекоти, спеченої крові – рудий. Згадаймо, саме на цій інтерпретації помаранчевого наполягали опоненти Ющенко.

Й розвиток українських подій, як за готовим сценарієм, повторював відомий міф: дві битви між Гором та Сетом – два тура виборів. В першому двобої переміг Сет, у другому – Гор. Але цим справа не добігла кінця. Сет не погодився з поразкою, і суперники звернулися до суду великих богів. Врешті-решт, за міфом, усе було на боці Гора. Однак, дозвольте перефразувати відому цитату: «Україна не Єгипет!» – тож і йти за передбаченим політехнологами шляхом наша країна не могла. Так, на перший план виходить непередбачене⁶ – карнавал – «друге життя народу, організоване за началом сміху» [2, 11], панацея від будь-якого тоталітаризму, короткочасне звільнення від строгої ортодоксії. О.Золотарьова слушно зауважує: «Безумовно, карнавал не был самоцелью Майдана, но мощный смеховой поток в дни Революции выглядел совершенно естественно» [7, 227].

Дійсно, так звана помаранчева революція носила карнавальну-вертепний характер. Достатньо згадати її зовнішню атрибутику: «Это и дворники в оранжевом впереди колонны, символически метла-

ми расчищающие мусор старой власти; это и уникальные костюмы революционеров, и оранжевые ленты на котах, собаках и филине <...> массовые карикатуры, другие экспонаты Музея революции, снежные фигуры; кавалькады машин, напоминающих «потешные колесницы», лозунги и протестный бой барабанов <...> И даже заседания парламента и Верховного Суда Украины воспринимались народом в русле театрализованного действия, некоей объединяющей драматургии, продолжением которой стал фарс попытки контрреволюции <...> а завершением карнавала стала народная инаугурация Президента» [7, 227]. Українські події відповідали всім ознакам карнавальності, які визначив М.М. Бахтін, як-то: святковість, всенародність, універсальність та амбівалентність [2]. Численні музичні концерти, святковий гумористичний настрій, єдина добровільна атрибутика. І не було людини, яка б не брала участі в українському карнавалі. Мається на увазі не лише майдан, але й уся Україна, яка одяглася в жовтогарячі та синьо-білі стрічки, навіть весь світ. Характерно, що на телеекранах показували карти світу, «прихильних та неприхильних» країн, що пофарбовані в ці кольори.

Значну роль в процесі карнавалізації грали ЗМІ, що забезпечувало умову всенародності. Так, Г.Г. Почепцов справедливо вказує: «телевидение направлено на создание у зрителя чувства «глобальной деревни», когда человек вынужден потреблять информацию о совершенно отдаленных от него событиях, не имеющих реальных последствий для его обывденной жизни. Если книга замыкает человека на себя самого (ср. отрицательное «книжник» или «очкарик»), то телевидение, наоборот, раскрывает его миру. Здесь происходит странный феномен превращения индивида в человека толпы, который, находясь дома, одновременно сопереживает вместе со всеми» [13, 37].

Карнавальний сміх одночасно заперечує й стверджує, вбиває й відроджує [2, 15]: «він спрямований на все й на усіх (у тому числі й на самих учасників карнавалу), увесь світ представляється смішним, сприймається й осягається у своєму аспекті сміху, у своїй веселій відносності» [2, 15]. Таким був сміх із «наколотої апельсинки», «американських валянок», «шкідливого кота Леопольда», і навіть із самих себе, що виявлялося в численних помаранчевих шаржах на «мешканців» майдану. Таким був і сороміцький фольклор антипомаранчевого табору. Так, через сміх тоталітарні штампи-страшилки перетворювалися в потішні оксюмори. Надзвичайної сили набули й ігрові форми протесту та показу громадської думки, різного роду політичні перфоманси та хепенінги. Достатньо згадати ланцюг людей з пов'язками на вустах, що простягалися не лише в межах однієї вулиці, але й об'єднували кілька міст.

Карнавал, безперечно, грав на користь В. Ющенка, оскільки структурно потребував ситуації змін,

⁵ Ситуація українських виборів, завдяки чіткій бінарній опозиції, є надзвичайно архетиповою. Тому, до неї можна знайти численні алюзії в міфологіях, де протистоять дві сили. Те саме стосується полісемантики кольорів. Згадаймо, кольори французької революції 1789 (кокарда Лафайета), французького дофіна та ступені масонських орденів [11, 109], помаранчеву атрибутику середньовічних повій та відьом (звідси вираз «помаранчевий шабаш») і таке інше. Проте малоімовірно, що такі аналогії могли б реально існувати, а не бути простим історичним збігом або штучно створеними політичними картинками. Порівняння ж з єгипетською міфологією не є єдино вірним, але, на наш погляд, ілюстративним, що розкриває внутрішні механізми подій.

⁶ Й.Хейзинга вказував, що ознаками гри є напруга й непередбачуваність [15, 63].

реформаторства. Так, М.М. Бахтін зазначає: «Празднества на всех этапах своего исторического развития были связаны с кризисными, переломными моментами в жизни природы, общества и человека. Моменты смерти и возрождения, смены и обновления всегда были ведущими в праздничном мироощущении» [2, 12].

Крім того, принципова для карнавалу інверсія ролей змінила й усю політичну обстановку. Тепер уже В.Ющенко виступав культурним героєм.

Культурний герой за визначенням є ідеалом, образом, який утілює найкращі риси даної культури, він приходить з іншого світу та творить новий. Саме він є виразником колективного начала. Його антиподом є трікстер – постать, яка, навпаки, концентрує індивідуальні інтереси [12, 27].

Ці статуси яскраво виявлялися в передвиборчих гаслах: із боку Ющенко – «Нас багато – нас не подолати», з боку Януковича – «Я за!» (з початковою літерою від прізвища кандидата). Вони підсилювалися психосоматикою кольорів: помаранчевий – теплий, екстенсивний, екстровертний; синій – холодний, інтенсивний, інтровертний.

Специфіка українського карнавалу полягала ще в тому, що він поєднувався з феноменом майдану. В його семантичному полі збіглися, з одного боку, сміхова культура з її «особливим ідеально-реальним типом спілкування між людьми» [2, 20] та центр античної демократії і патріотизму – агора, з іншого. Якщо ж додати той факт, що сміхова культура карнавалу – культура народна, яка з надзвичайною силою актуалізує фольклорне підґрунтя⁷, то маємо ідеальні умови для функціонування вертепу. Тим більше, що події відбувалися восени та взимку.

Так, в Києві грався вертеп під назвою «Ніч перед виборами» (грудень 2004 р.). А на заході представлявся живий вертеп, де на наказ убити немовлят, народ відповідав передвиборчим гаслом одного з кандидатів «Нас багато, нас не подолати».

Вертеп – старовинний театр, ляльковий та живих акторів, грав одну з провідних ролей у помаранчевому карнавалі. Давній східноукраїнський (зокрема, київський) ляльковий вертеп являв собою двоповерховий будиночок. На його верхньому поверсі представлялося святе Різдво, а на долішньому – драма Царя Ірода та численні побутово-сатиричні сценки.

Уже в XVII–XVIII століттях український вертеп був важливим механізмом української культури та соціальним регулятором. Він задавав ритми культурі та виконував в українському суспільстві культуротворчу, психологічну й соціальну роль.

Перша полягала в тому, що вертеп виконував функцію мови-інтегратора та був певним чинником, що формував, інтерпретував, оцінював і передавав кожному носію культури різнобічну інформацію. У тому числі про світобудову (утілював уявлення про макрокосм), стан української культури (політичний, економічний, побутовий).

Друга роль припускала виконання вертепом емоційно-естетичної функції. Він виступав засобом усунування стресів, страхів, зниження агресії. Через висміювання й ментальне вирішення проблем знімалися соціально-політичні протиріччя; апробувалися моделі поведінки, зокрема, гендерні [6]. Вертепні сценки, зокрема, із Запорозцем, підвищували престиж героїв української культури і тим самим сприяли формуванню національної самосвідомості.

Третя виявлялася в тому, що вертеп був одним із засобів самореалізації українців, виконував функцію соціальної регуляції української спільноти: відображав її головні проблеми, сприяв розповсюдженню нових соціальних та політичних ідей, був важливим механізмом створення суспільної думки, національного та релігійного самоідентифікування. Усе це реалізувалося адекватною культурі мовою міфу (вертепних персонажів, архетипів, міфологем) та народного анекдоту [5]. Більш того, він був ефективним засобом боротьби українського народу з польсько-шляхетським поневоленням, чужоземною експансією.

Тож, актуалізація вертепу в наші часи не видається випадковою. Зважаючи на те, що у добу бароко він був механізмом культури (тобто формував модель людини й був одним із потужних засобів впливу культурою на кожного її носія), то й відродження його можливо тільки за культурних умов, близьких до барокового. А саме: двовірність світовідчуття (синтез сакральної та профанної компоненти), наявність у культурі бінарних опозицій (наприклад, Захід – Схід), певна загроза перед чужоземними впливами та загальний християнський контекст – його актуалізація виявляється уже в тому, якого величезного впливу набула церковна агітація а-ля «www.Nebesa.ru», включаючи весь арсенал міраклів з триразовою явою Діви Марії та пророкуванням старців. Плюс, інтерес до символізму й емблематики, потреба в кристалізації культурного героя, спричиняє звернення до козацької минувшини як до героїчної спадщини. Усе це притаманне сучасному стану української культури. Тому гармонізувало з помаранчевими гаслами, як-то «ми козацького роду», та відповідало одному з головних напрямків політики В. Ющенко – зміцнення національних традицій.

Мова карнавалу, міфу та архетипів, спосіб психологічної реалізації героїв вертепу були зрозумілими всім українцям, оскільки сміх як «універсальна світоглядна форма» [2, 76] єднав їх у спільному міфосеміотичному просторі. Так було в епоху іно-

⁷ Олеся Бріцина та Інна Головаха з цього приводу пишуть: «Помаранчева революція стала тим моментом у житті нашого народу, коли активізувалась не лише його політична свідомість, а й творчий потенціал, коли фольклор не просто «побутував» у певному середовищі, а став органічним складником щоденного спілкування. У цей час політичні події одразу ж отримували фольклорне осмислення» і далі: «Непідвладна цензурі усна творчість відбила настрої, симпатії та антипатії носіїв традиції, відородила до життя чимало відомих творів, які сповнилися нового звучання» [3, 17].

земних експансій XVI-XVII століть, так сталося й тепер.

Карнавал, вертеп і Майдан створювали єдине осмислення картини світу, були тими культурними механізмами, що дозволяли зберігати українську культурну єдність всупереч відцентровим та сепаратистським тенденціям, тобто виступали гарантими соціальної рівноваги, мирної зміни культурних парадигм та консолідації українства.

Література:

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. — М.: Прогресс, 1989. — 616 с.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. — М.: «Художественная литература», 1965. — 528 с.
3. Брідина О., Головаха І. Карнавал революції // Критика. — 2005. — № 3 (89). — С.17-19.
4. Зарецький О. Зіткнення агітацій // Критика. — 2005. — № 12 (86). — С.17-19.
5. Зінов'єва Т.А. До питання про архетипні риси персонажів українського вертепу // Вісник Львівського університету. Серія мистецтвознавство. — 2003. — Вип.3. — С.15-23.
6. Зінов'єва Т.А. Три жіночі архетипи східноукраїнського вертепу // Аркадія. — 2004. — №3 (5). — С.5-9.
7. Золотарева Е. Одесский карнавал в русле современных тенденций карнавального движения // Докса.

36.наук. праць з філософії та філології. Вип.7. Людина на межі смішного і серйозного. — Одеса: ОНУ ім. І.І.Мечникова, 2005. — С.221-231.

8. Лосев А.Ф. Философия. Мифология. Культура. — М.: Политиздат, 1991. — 525 с.
9. Мирча Элиаде. Аспекты мифа. Пер. с фр. В.Большакова. — М.: «Инвест-ППП», СТ «ППП», 1996. — 240 с.
10. Михайлюк А. Карнавал и революция движения // Докса. 36.наук. праць з філософії та філології. Вип.7. Людина на межі смішного і серйозного. — Одеса: ОНУ ім. І.І.Мечникова, 2005. — С.211-220.
11. Морамарко М. Масонство в прошлом и настоящем: Пер. с ит. — М.: Прогресс, 1989. — 304 с.
12. Найдорф М.И. Введение в теорию культуры. Изд.2. — Одесса: «Оптимум», 2000. — 103 с.
13. Почепцов Г.Г. Психологические войны.- М.: «Рефбук», К.: «Ваклер». — 2000. — С.523
14. Ставицька Л. Дискурс помаранчевої пристрасти // Критика. — 2005. — № 3 (89). — С.13-16.
15. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня: Пер.с нидерл./Общ.ред.и послесл. Г.М.Тавризян. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. — 464 с.

КЛЮЧОВІ СЛОВА:

карнавал, вертеп, міф, архетип, інформація, масова свідомість.