

Никольская Т.М.

Костюм как феномен современного социокультурного пространства

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,

г. Тамбов

Сегодняшний этап развития общества характеризуется повышенным вниманием к такому социально значимому явлению как костюм.

Современная одежда – это гармоничное сочетание квалифицированной дизайнерской работы, а именно, формы, линии, и многое другое, и материалы, а также цвет. В связи с этим одежда является средством самоидентификации человека, возможностью к самовыражению. Исследуя костюм с позиции его феноменологии, мы пришли к выводу, что для формирования индивидуального стиля, который зависит от ряда других факторов, например, эстетический вкус и др., следует в первую очередь определить цель выбора того или иного костюма или отдельных его частей, а не только от модных тенденций. Таким образом, одежда сегодня представляет собой образ, создающий имидж человека, сформированный им в результате его отношения к определенным явлениям и факторам и отражающий его потребности.

Мода и ее составляющие с самых ранних исторических периодов до настоящего времени остается важнейшим элементом культуры, элементом ментальной картины мира. Мода и костюм как составляющая культурной реальности как зеркало, отражает значительные преобразования в социальной жизни народа. Являясь неоспоримым сигнализатором историко-культурного процесса, одежда выступает символом, каждая составляющая которого максимально выразительна сама по себе.

Костюм - это не только выразитель исторической эпохи, но свойство самой исторической личности. Редко можно найти иные артефакты культуры, которые настолько ярко сохраняют то восприятие жизни, которое

формируется во внутреннем мире человека, и выражают его позицию о своем месте в реальности.

Внешний облик индивида в настоящее время переплетен с таким понятием как мода – актуальным сходными позициями современного человека по отношению к скрытым и явным культурным формам. Базовыми нормами моды в современном мире, несомненно, являются соответствие времени, соответствие требованиям широких масс, показной выразительный характер, но наравне с утилитарными особенностями также – эстетический характер и возможность выбора.

Основной чертой моды остается стремление соответствовать сегодняшнему дню. Данная особенность неразрывно соотносится с прогрессом в самом широком смысле, ожиданием и принятием стремительных изменений, отвержением конформизма, присущего прежним периодам в истории двадцатого века.

Идти вопреки традициям - вот наиважнейший принцип модной концепции. Если говорить о ранее упоминавшемся идеальном стандарте, эталоне, то, несомненно, он, базируясь на прежних исторических базисах, обретает в современных условиях совершенно иной смысл и семантику. Учитывая сказанное ранее, модными костюмами мы можем считать и абсолютно новаторские модели, так и классические, претерпевшие переработку с трансформацией смысла. Постоянные трансформации уклада и комплекса культурных представлений, преобразование устоявшего в принципиально нового - ключевая тенденция модного процесса. Универсум модного поля характеризуется взаимопроникновением границ различных модных тенденций. Данные свойства коренятся в технологическом прорыве последних лет, новых способов межкультурного диалога.

Конечный объект модного процесса - индивид, как член социального слоя, со своими возрастными, национальными, профессиональными характеристиками [1]. Начиная с ранних периодов вплоть до Нового времени, традиционная культура отражалась в каждом социальном классе

или группе со всей своей сословной строгостью и неповторимостью. Сегодня ситуация обстоит иначе, особенности одежды без преград взаимопроникают из одной культурной группы в другую. Визуальный характер современной моды стал также принципиально иным благодаря новым нормам поведения и поведенческим стандартам. Внешняя подчеркнутость максимально проявляется в виду огромного числа взаимодействий, не идущих ни в какое сравнение даже с ситуацией, наблюдавшейся хотя бы полвека назад.

Сегодня часто становится насущной необходимостью презентовать себя в ходе профессиональных и культурных контактов. Начиная переосмысленными классическими моделями и заканчивая шедеврами минимализма, конструкторы стараются сохранить баланс элементов, гармонию в композиции, что является неотъемлемой частью любого культурного имиджа.

Кроме того, мода связана с такой особенностью, как свобода выбора, которая проявляется в персональных потребностях, в персональном спросе, локации и условиях проявления предпочтениях тех или иных объектов костюма, выборе места и времени их демонстрации.

Говоря о моде, нельзя не отметить, что ей свойственна относительная независимость от такого понятия, как полезность. Что касается данного понятия, то применительно к современному миру можно говорить о достаточно разнообразной картине взаимодействия неутилитарных направлений в моделировании костюма и конструктивно минималистических конструкций. Баланс между этими крайними точками творческого и удобного решается стихийно.

Однако со сменой моды человек может кардинально изменить свое представление о том, что является удобным для него в данный момент и это лишний раз подчеркивает неутилитарную особенность моды. В связи с этим, равновесие между модой и ее практичностью возможно, как в прочем и в течении длительного времени, при достижении некоего соглашения между этими понятиями.

Мода находится в значимой позиции в нынешнем культурном пространстве и играет роль многоуровневого многофункционального образования, обладающего неповторимыми принципами реализации. Пестрая культурная картина сосуществования эффекта стандартизации и одновременного поиска уникальности делает моду инструментом формирования культурных сообществ, фиксируя особенности стиля, присущие конкретным группам индивидов.

Мода привносит в жизненный порядок новые правила и нормы и видна в новых формах поведения, являясь неким регулятором культурного поведения и помогая индивиду в его самоидентификации и социализации.

Также мода коммуницирует со всеми гранями жизни общества и определяет нормы и законы потребления, взаимодействуя таким образом и с экономическим пластом, выступает инструментом душевного успокоения, производит передачу и взаимообмен имиджевых элементов в многоуровневом культурном пространстве, осуществляя межкультурную связь. Эстетический аспект функционирования моды заключается во влиянии на убеждения общества на стандарты красоты, которые в свою очередь тесно связаны с формой организации жизни человека, его бытовым укладом.

Современная мода находится под влиянием глобализационных процессов и таким культурным течением как постмодернизм. Привносимая в ходе этих процессов тяга к универсальности, навязывающая неуникальные типы одежды и стиля, находится в балансе с бесконечным набором новых реализуемых стилевых идей, которые рождаются в ходе межнационального и межкультурного взаимодействия и благодаря свободе выбора. Но именно экономическая нацеленность компаний мирового уровня – это корневая основа тенденций нынешней моды. И, как следствие этого – когда художник разрабатывает бренд одежды, эта соотнесенность и является областью рыночных отношений, т.к. мода – это база глобального изготовления и распространения продукции.

Предшественники авторов классических теорий моды М. Монтень, И. Кант, Э. Шефсбери и Дж. Леопарди говорили о моде с моральных позиций: считали ее общественным излишком, несущим только вред, обращая внимание на тираническое влияние моды на человека. Она делает их своими пленниками. Упомянутые мыслители, в частности И. Кант, отмечали подражательность моды. Г.Тард трактовал источник и действие множества культурных явлений. Следует отметить, что моду наряду с обычаем он причислял именно к базисным разновидностям подражательности. У другого мыслителя Т. Веблена слияние моды происходит с культом финансов и потребительской потребностью, а также демонстративностью, вплоть до эпатажа.

В системе выражения благосостояния посредством потребления, преобладающим фактором мода выступает в следующем смысле: по мере увеличения капиталов и могущества правящей элиты, костюм больше не исполняет ключевую функцию и являет собой способ демонстрации, самопревознесения - презентации в широком смысле [2].

Данная тенденция ожидания и поиска нового привела к тому, что в последнее десятилетие прошлого столетия зародилась потребность принципиально нового ментального осмысления событий уходящего тысячелетия. Постмодернизм привнес качественные и идейные трансформации в трактовку явлений современности, ранее взаимодействовавших с такими культурными сферами, как экономический пласт, научная, политическая область, затем это искусство, литературное творчество и так далее [3]. Данная тенденция переосмысления, разумеется, коснулась и моды, чей унифицированный и понимаемый всеми язык, уместный для демонстрации коллективной и индивидуальной позиции и взглядов на мир, начал стремительно трансформироваться, параллельно оказывая влияние на понятие общественного статуса, подчас в условиях открытых социальных протестов. Настоящая общественно-философская проблема нашла свое отражение в трудах мыслителя Р. Барта. Для него мода

выступает самостоятельной системой, которая оказывает значительное влияние на общественные и культурные процессы в нашем обществе [4]. Она меняет образ мыслей людей, при этом постепенно утрачивая собственную семантику.

Указанные особенности характерны при проявлении всех культурных областей. Но мода в отличие от них наиболее стремительна в плане распространения и внедрения в общественное поле. При этом она сохраняет достаточно высокий уровень стабильности в сравнении, к примеру, со сферой развлечений. Но, тем не менее, все-таки достаточно изменчива в сравнении с шедеврами базисных отраслей искусства и творчества.

Такие понятия как мода и стиль ни в коем случае не следует смешивать, это взаимодействие двусторонне: художественный стиль, несомненно, является предпосылкой моды, но в то же время мода, неискоренимо вливаясь в структуру культурного поля конкретного исторического отрезка, создает разнообразные стили [5]. Независимо от авторских философских концепций можно рассматривать моду, или непосредственно одежду как структуру четко определенных структурных элементов, как общественно-культурный институт. Такое видение возникает в виду упомянутой особенности моды выступать в качестве символического языка взаимодействия внутри глобального общества. Взаимодействие в данном случае следует рассматривать достаточно широко в смысле осуществления контроля и даже самоконтроля поведения под влиянием чередования эталонов культуры [6].

Многие исходные положения моды определились еще задолго до индустриального прорыва, но именно в качестве общественного явления, интегрировавшегося в поток всеобщего социального прогресса, она проявилась на границе XIX-XX веков и позднее. Это может стать объяснением причины культурных стагнаций: мода замирает в малоактивных общественных структурах, где этому препятствует жесткая иерархия политического бесправия, низкая скорость совершенствования

производственной отрасли. Это наблюдается в обществах, где регуляция социальных отношений происходит посредством так называемого обычного права. Дело в том, что помимо культуры, нынешняя концепция моды неразрывно связана с производственно-экономическим сектором и сферой потребления. Таково мироощущение современности. Эстетические эталоны, распространяемые модой, имеют ценностные свойства, не исключающие нормативную основу.

Участие моды в большом количестве сфер жизни общества определяет значимое положение ее в историческом процессе в широком смысле, поскольку ее влияние проявляется через такие ее функции, как: объединительная, моделирующая, компенсаторная, символическая, идентифицирующая, нормативная, коммуникативная и так далее [7]. Все перечисленные функциональные особенности крепко взаимосвязаны, пребывая в некоем симбиозе с социокультурными ролями моды. мода, отличаясь символичностью, предстает в качестве индикатора престижности. Одновременно с этим мода является модератором коммуникаций различных пластов социума. Это просматривается в мирной диалогической коммуникации, либо в конфронтации между ними. Изучая область функционирования моды в нынешнем культурном пространстве, можно прийти к выводу, что из явления социальной жизни второго плана она трансформировалась возможно даже в остоу культуры.

Также следует отметить, что для модного процесса, как и для всей художественной среды и искусства как института в текущем веке свойственно комплексное использование набора стилистических средств и приемов, работа сразу в нескольких стилях, присущих разным творческим и временным пластам. Такую мультистилистичность предписывают процессы глобализации и все усиливающиеся разнообразные контакты. Этот принцип гармоничного слияния противоположного, сочетающегося в равновесном процессе, прослеживается в упоминавшейся ранее особенности стиля

подчеркивать индивидуальность путем приобщения индивида к трендам масс.

Сегодня на культурной арене и на рынке представлена обширная гамма стилей одежды. Они ежесезонно возникают в разнообразных интерпретациях. Это сигнализирует, как о многозначности, выражаемой стилями через призму своих трансформаций, так и об открытости по отношению к жизненной действительности, куда активно транслируются новые прорывы креативной мысли. Но желание самовыражения личности путем демонстрации конкретного стиля - не первостепенный факт. Первичны материальные интересы крупных коммерческих образований, известных брендов и производственного сектора, ориентированных на формирование стандартов моды параллельно с ростом собственной доходности.

Немаловажную роль в таком аспекте играет гарантированная реализация продукции. Она в свою очередь по естественным причинам в большей степени влияет на отбор модных направлений с позиций массовости. Соответственно, процесс функционирования моды в данном случае выступает совместно со средствами массовой коммуникации и рекламой, становясь, таким образом, транслятором интересов крупных брендов, регулятором партнерских отношений между производителем и потребителем.

Чтобы завоевать внимание аудитории, ведущие фирмы прибегают к маркетинговым методикам: во-первых, это повышение сменяемости трендов и концепций, которое, как отмечалось ранее, апеллирует к природной потребности человека в новизне; во-вторых, это опосредованные способы с проведением «скидочных» акций; в-третьих, новые конструкторские решения модельеров, позиционирующих свои произведения тренда как некую живительную силу, позволяющую оставаться в общем потоке жизни и сохранять чувство молодости духа.

Промежуточным итогом, рассмотрения текущего вопросом, становится очевидная сопричастность моды экономическим процессам. Многоплановая

характеристика моды в новом мире дополняется экономической вовлеченностью. Мода теперь уже не только часть мирового культурного пространства, и даже не часть мировой индустрии. Это элемент мировой экономики, как в широком так и в узком смысле [8].

Но не следует трактовать любые эксперименты с направлениями и стилями как попытку увеличения прибыли мировых корпораций и модных домов. Мода остается самодостаточным явлением при всех особенностях нашего века.

Она подчас причудливым образом использует в одном костюме или линейке одежды прогрессивные черты вплоть до самых оригинальных всплесков авангарда и компоненты знакомого всем традиционного вида одежды. И все чаще такое комбинирование стилей воспринимается как норма. Этот культурный симбиоз современного, нового и народно-классического свойствен всем направлениям культурного поля современности, будь то массовая культура или элита, и тем более, субкультура.

Но такой симбиоз не условен и не односторонен. Он не только способствует обновлению стилевого разнообразия, но и обогащает историческое видение многовековой кладези идей. На рубеже XIX и XX веков народный костюм не сразу, но все же, стал забываться, использование его стало сугубо декоративным, превращаясь не более чем в элемент историко-культурного наследия. Вскоре (это пришлось на начало прошлого века) темпы моды ускоряются, и она по большому счету уже может характеризоваться с этого момента как компонент массовой культуры. К тому же, крайне сложно было осуществить массовое производство национального платья. Таков парадокс этого времени: процветал производственный прогресс, но это не позволило решить проблему трудоемкости. Даже если бы существовал гипотетический спрос на народное, быстрые темпы еще несовершенного производства, а тем более первые зачатки глобализации, не позволили бы сохранить классический подход к

костюму. Упрощение межкультурных контактов, стирание межгосударственных и межнациональных барьеров, в частности в сфере оформительства, моды и искусства - все это вытеснило прежнюю концепцию костюма, являвшегося производением мануфактурно-кустарного производства. Сегодня мы постоянно видим активное использование множеством конструкторов одежды и модельеров народного платья, составляющих его из нескольких декоративных элементов. Как результат - непрекращающееся появление совершенно разноплановых вариантов костюма с применением, в частности, русского национального стиля.

Вариативность моды во временном разрезе можно рассматривать в контрасте по отношению к более-менее устойчивому индивидуальному стилю костюма, что базируется на субъективном восприятии человеком и выражении им культурной политики определенного периода, жизненного уклада и тенденций в сфере производства одежды, которая отражает менталитет личности, его моральный облик. Такая относительная стабильность в приверженности стилю и образу жизни индивида не абсолютна. Она меняется относительно возрастных периодов, а также при смене социальных статусов. Ощутимая стабильность в данном случае исключается по причине высокого темпа сменяемости тенденций в модном пространстве по сравнению с прежним веком.

Уровень совершенствования эстетического вкуса является одной из важных характеристик потребителя моды. Такой член общества формирует свой оригинальный стиль, напрямую не имеющий много общего с модными явлениями. Тогда как потребительский вкус среднего уровня рассчитывает на те же самые эстетические черты модного костюма, но без видимого целостно-комплексного восприятия одежды как культурного феномена при составлении гардероба.

Следовательно, высокое умение, или тонкий вкус в выборе одежды, выражается в отборе тех произведений моды, которые максимально гармонично сочетаются с характеристиками личности, соответствуют ее

жизненному устройству и текущим обстоятельствам. Этим собственный стиль подчеркивает отношение к моде, склонность оставаться активным потребителем в смысле привнесения собственного видения на грани со всеобщим.

Поэтому подбор и выработка собственного стиля в настоящее время является более важным вопросом, чем соответствие всеобщей моде. При этом отметим, что при формальном взгляде на общественно-культурный спрос возникает ощущение всеобщей неповторимости, если за основу берется степень соответствия новшествам подиума, преподносимым средствами массовой информации. Но это иллюзорный, искаженный вид модного процесса. Может показаться, что модельеры, организуя модные показы на неделях моды, слепо и тщетно пытаются задать общий тон, что индивидуальность стиля в данном случае является индивидуальностью создателя, а не потребителя. Но все же нужно помнить, очень часто демонстрация линеек одежды, проходящая на подиумах и носящая нарочито утрированный, гиперболизированный характер, где футуристичность и творческая новизна доведены до крайних форм, не преподносится как концепция именно сегодняшнего, а остается культурным явлением для модельеров и ценителей, площадкой для презентации творческого мастерства.

Но мода непостоянна с точки зрения быстрой сменяемости линеек одежды, концепций и трендов, и только стабильная мотивационную значимость может позволить удерживать внимание человека как участника общественно-культурного процесса и, конечно же, как потребителя. Сегодня имитация известных брендов и моделей уже не принимается социумом, только индивидуальная трактовка и переосмысление, способствующие формированию оригинального стиля, собственного неповторимого гардероба, характеризуют взыскательного потребителя, желающего сформировать свой гармоничный имидж.

Гармоничность – ключевая особенность. Но это совсем не значит, что равновесный выбор конкретного человека должен быть принят широкими массами. Непонимание этого вкупе с отсутствием выработанного вкуса приводит к серьезным ошибкам в формировании личного стиля и костюма, в частности, к вычурности и излишествам. Но, несмотря на все озвученные особенности и частности, вопрос выработки собственного стиля всегда содержит компромисс между принятием человека обществом и собственными взглядами.

Современная одежда – контаминация дизайнерского решения, зависящего от некоего ряда факторов, например, грамотное использование линий или материалов, сочетание цветов, а также гармонии. Мода позволяет человеку использовать свою одежду как средство самовыражения, быть его продолжением.

Одежда сейчас – это продуманный во всех смыслах ансамбль, который демонстрирую на подиумах и модных журналах. Но индивидуальность имеет гораздо большее значение, чем подражание существующим готовым образам. Однако не все обладают способностью создать свой собственный стиль, гармоничный внутренне и внешне, не копирующий моду, но, в то же время, с ее элементами, которые подчинены индивидуальному. Также можно «утверждать, что стиль определяется в большей степени способом ношения одежды, чем одеждой самой по себе. В том, как надета та или иная вещь, должно быть нечто личное то, что отличает ее от способа ношения другими людьми – легкая небрежность, работа с объемом и формой» [9].

Сегодняшний костюм это определенное средство создания образа человека, он должен быть целостным и способствовать показу внутреннего мира личности, но в то же время скрывать его, выдвигая на первый план только те установки, которые способствуют коммуницированию и социализации. И именно от того, какая цель преследуется при построении образа, определяется ведущая функция.

«Концептуальная проработка индивидуального стиля, подобная той, что проводится для людей, чья жизнь связана с публичной деятельностью, необходима и для людей обычных профессий. Д. Уоллес, автор программы формирования имиджа, рекомендует начать эту работу с поиска ответов на следующие вопросы:

- 1) Каков ваш идеальный образ?
- 2) Каков ваш реальный образ?

При обнаружении разницы, автор рекомендует обратить внимание на те моменты, которые можно было бы изменить [10]. Поиск и создание имиджа - это постоянный диалог с обществом [9]. По средствам костюма мы несем определенный посыл, сообщение для окружающих, на которое получаем соответствующий ответ.

Для формирования собственного стиля необходимо четкое понимание того, как человек чувствует себя наиболее комфортно, что позволяет чувствовать себя уверенным в себе, а какие вещи мешают его самоидентификации и социализации.

«Д. Уоллес утверждает, что человек может заставить свою одежду говорить то, что он хочет сказать» [11]. «Для этого необходимо лишь точно определить параметры ситуации, сформировать подтекст невербального сообщения, передаваемого посредством костюма, и предполагаемый ответ, иметь четкое представление о результате, желаемом имидже» [10].

Итак, чтобы составить свой собственный стиль в целом, необходимо понимать цель его создания в общем и отдельных деталей в частности, учитывать собственные предпочтения и эмоции, сопутствующие данному процессу.

«Костюм, мода, стиль, имидж образуют своеобразный мир объективных явлений, к которым у человека формируется устойчивое эмоциональное отношение, отражающее значение этих явлений в связи с его потребностями и мотивами» [12].

Литература:

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт - М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. - 512 с.
2. Малиновский Б. Избранное. Динамика культуры / Б. Малиновский - М.: РОССПЭН, 2004. - 960 с
3. Голик Н.В. Этическое в культуре / Н.В. Голик - СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. - 256 с.
4. Выготский Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский - СПб.: Азбука, 2000. - 410 с.
5. Демшина А.Ю. В поисках конфигурации современного тела - тело человека как область труда и творчества / А.Ю. Демшина // Мода в контексте культуры - СПб.: СПбГУКИ, 2006 – С. 22-26.
6. Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие / Л.Г. Ионин - М.: Логос, 2000. - 432 с.
7. Линч А., Штраусе М. Изменения в моде: причины и следствия / А. Линч, М. Штраусе - Минск: Гревцов Паблишер, 2009. - 280 с.
8. Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность / Э. Уилсон - М.: Новое литературное обозрение, 2012. - 288 с.
9. Килошенко. М. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты / М. Килошенко – Москва: Речь, 2001. – 192 с.
10. Гимаева Р.М. Мода и психология: выбор современной женщины. Монография Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2007 г. – 144 с. – URL: <http://diss.seluk.ru/monografiya/1080122-1-rm-gimaeva-moda-psihologiya-vibor-sovremennoy-zhenschini-monografiya-vladivostok-izdatelstvo-vgues-2007-bbk-recenzent-nurgaleev.php> (дата обращения 05.12.2020)
11. Толмачев П.А., Толмачева Г.В. Современный стиль в системе социальных связей / П.А. Толмачева, Г.В. Толмачева // Международный студенческий научный вестник = Пенза: ООО «информационно-технический отдел Академии естествознания», 2018, №5, С. 238 - 239

12. Баранов Г.С., Родионова Д.Д. Мода и гендер в эпоху постмодерна / Г.С. Баранов, Д.Д. Родионова – Кемерово: Кемеров.гос.ун-т культуры и искусств, 2006. – 204 с.