

7. *Goldberger P.* Zachem nuzhna arhitektura [Why architecture is needed]. Moscow, 2017.
8. *Newman O.* Creating Defensible Space. Washington D.C: DIANE Publishing, 1966.
9. *Gropius V.* Krug totalnoy arhitektury [Circle of total architecture]. Moscow, 2017.
10. *Gladwell M.* Perelomnyy moment: kak neznachitelnye izmeneniya privodyat k globalnym peremenam [The tipping point: how minor changes lead to global change]. Moscow, 2012.
11. *Anisimov N.V.* Influence of the society's order on the character of the design process // *Kulturnaya zhizn Yuga Rossii*. 2013. № 4 (51). P. 31-33.
12. *Gritsenko V.P.* Culture or cultures: contradictions of globalization and regionalization // *Regional culture as a factor of sustainable development of society: social and political, ethno-national and information aspects: coll. of materials of the International scientific conference*. Krasnodar, 2013.
13. *Miroshnikov V.V., Miroshnikova V.M.* Problems of organization of an effective system of visual communications in conditions of the modern urban environment // *Konkurentosposobnost v globalnom mire: ekonomika, nauka, tehnologii*. 2016. № 2. P. 113-116.

УДК 130.2

Г.А. СЕРГУНОВА, Е.В. ПРАСОЛ

ЯЗЫК МОДЫ И ЛИЧНОСТНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА

Сергунова Галина Александровна, аспирант Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, д. 33), sergunovag@gmail.com

Прасол Елена Владимировна, аспирант Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, д. 33), pew888@mail.ru

Аннотация. Мода с переходом человечества в информационную сферу демонстрирует иные принципы жизни социума и устанавливает новые условия самореализации личности в ней. Быстрый рост научных достижений, как ни парадоксально, обостряет проблему «человеческих» межличностных взаимоотношений. Кардинальные изменения моды с конца XIX по XX век, произошедшие с утратой духовности, особо затронули внутренний мир личности. Репрезентативная культура в области дизайна костюма, в аспекте проявления постчеловека, претерпела колоссальный сдвиг под влиянием установившихся социальных трансформаций. Проводится анализ философского дискурса культуры постмодернизма, затрагивающего современную моду и бытие человека.

Ключевые слова: мода, постмодернизм, трансформация, коммуникация, информационное общество, виртуальная реальность.

UDC 130.2

G.A. SERGUNOVA, E.V. PRASOL

LANGUAGE OF FASHION AND PERSONAL TRANSFORMATION IN POSTMODERN CULTURE

Sergunova Galina Alexandrovna, graduate of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), sergunovag@gmail.com

Prasol Elena Vladimirovna, graduate of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), pew888@mail.ru

Abstract. The fashion with the transition of humanity into the information sphere, demonstrates other principles of the society life and establishes new conditions for the personality self-realization in it. The rapid growth of scientific achievements, paradoxically, exacerbates the problem of «human»

interpersonal relationships. The cardinal changes of the fashion from the end of the 19th to the 20th century, occurred with the loss of spirituality, particularly affected the inner world of the personality. A representative culture in the sphere of costume design, in terms of the post-human manifestation, has undergone a tremendous shift under the influence of established social transformations. The analysis of the philosophical discourse of postmodernism culture, affecting modern fashion and human existence is carried out.

Keywords: fashion, postmodernism, transformation, communication, information society, virtual reality.

Изначально мода олицетворялась с понятием «красоты, но красоты обманчивой» [1, с. 256]. мода распространяется на все явления культуры и представляет собой одну из форм массовой коммуникации. Осознание моды невозможно без участия человека – субъекта моды, понимающего свою социальную значимость и трансформирующего свое поведение в соответствии с действующими сегодня принципами технического развития.

Современная мода, развиваясь в среде информационных технологий, полностью отражает подобный принцип, поддерживая среду формирования «постчеловека» [2, с. 316]. Информация является не только средством осведомленности о мире и способе адаптации к нему, но и частью человеческого сознания и самосознания [3]. Все значительнее в информационной среде современного общества человек воспринимается как Homo informaticus, элементарная частица информационного универсума современного общества. Человек является внутренней причиной реализации различных информационных потребностей, бытуя в двух параллельных мирах: традиционном и виртуальном.

Все чаще главным приоритетом становится удовлетворение информационным потребностям – от новостной до развлекательной информативности. Соответственно, свою образованность в одежде индивид подкрепляет в информационном мире, в совокупности серверов и сетей. В результате отмечается отчуждение человеческой сущности от общества и от самого человека в пользу мира цифры.

Этот процесс затрагивает много граней человеческого существования, и в первую очередь духовный аспект, изменяются моральные и нравственные принципы, оскудевает культура, общечеловеческие ценности подменяются псевдоценностями.

Трансформация социальной реальности порождает особую форму культурного бытия человека. Человек становится электронно-виртуальным существом, потребителем электронной культуры, глобальность порождает анонимность общения, возможность участия в формировании контента, дистанционность взаимодействия, гипертекстуальность, отсутствие социальной иерархии и жестких правил, технократизм, инновационность [4].

Электронная культура создает доступность поиска модной одежды через интернет, виртуальность выбора в информационной сети. Человек все больше освобождается от деятельности, долгого хранения и походов в магазин за одеждой.

С начала XX в. в работах Б. Рассела, Л. Витгенштейна, У. Морриса и др. исследование языковых структур изменило понимание коммуникации общества, родилось понимание искусственно-технической организации коммуникаций, и одной из ее форм становится диалог «человек – машина».

Таким же образом определенная взаимосвязь происходит в системе «человек – одежда», в которой одежда через знаки передает определенную информацию независимо от того, осознается это индивидом или нет. На протяжении многих столетий одежду рассматривали в качестве знаковой системы невербальной коммуникации, в том числе и как «главного средства передачи информации, организации взаимодействия, формирования образа, осуществление влияния на другого человека» [5, с. 246].

Проблемой человека в информационном обществе З. Бауман считал его тенденцию в своем развитии к индивидуализации, что чревато социальным одиночеством. Сетевая свобода создает иллюзию коллективного взаимодействия [6, с. 390].

Еще одной проблемой мышления «человека глобального» внутри культуры, по определению Х.А. Виткина, в «психологическом поле» межличностных ситуаций человек подвержен идти на поводу технической системы, которая толкает на иллюзорное решение.

Взаимосвязь невербального общения осуществляется через смысловой код костюма, передающий тактильные ощущения, архитектонику форм, художественно-знаковое содержание.

В научных трудах П. Бурдьё исследует зависимость знаковой системы, от социальных условий жизни человека и его положения в обществе. Выявляется прямая зависимость между вкусом (системой классификации) и социализацией индивида, т.е. его условиями существования в обществе.

На формирование вкуса индивида влияют три вида сообщений, составляющих тройственный оппозиционный союз: «образ, знак, дело». Открывая модный журнал, мы получаем три разных коммуникативных сообщения: 1 – образ одежды; 2 – описание одежды; 3 – технологии пошива одежды. Все эти системы обладают знаковостью, передающей прямое сообщение в первом и третьем случае принципом визуализации и конкретики [7, с. 680], тогда как второе сообщение связывает одежду с внешней средой принципом комментария и деформирования окружающей действительности.

Мода как знаковая система культуры, рассматриваемая Р. Бартом, должна быть регулируема не только механизмами бессознательного, но также учитывать нормы социального взаимодействия [8, с. 512]. Осознание моды невозможно без участия человека – субъекта моды, понимающего свою социальную значимость и трансформирующего свое поведение в соответствии с действующими сегодня принципами технического и информационного развития.

Культурный феномен постмодернизма, по мнению Н.Б. Маньковской, стирает границы между высоким искусством и китчем, между «научным и обыденным сознанием» [9, с. 50]. Таким образом, мода в представлении постмодернизма может являться частью «бессмысленного, вирусного способа коммуникации» [10, с. 349]. Вирусные патологии пробуждают в обществе не только терроризм и наркоманию, но и «культ успеха» и новые способы коммуникации с «исключительным отсутствием передачи смысла» [9]. С таким нарушением причин и следствий жизнь постчеловека, «облаченного в скафандр», реализуется в самоограничении [11, с. 258].

В противоположность теории М. Маклюэна о развитии человека Жан Бодрийяр предполагает, что мозговая деятельность человека «в форме механических или информационных протезов» и в виде субстанции витает в его окружении [12, с. 464; 11]. Человек как бы не существует, он только старается быть увиденным, и при этом становясь «импресарио своего облика» [11]. Облик – это уже не мода, это лишь ушедшая разновидность моды. Ж. Бодрийяр утверждает, что мода намеренно перестраивает границы межличностных различий, ломая привычные устои.

Стремительное распространение информационных технологий и социальные трансформации, происходящие под их влиянием, оказывают возрастающее воздействие на личность в ее внутреннем и внешнем диалоге. Рассматривая одежду как средство «социального управления Я», можно сделать вывод, что трансформация моды вытекает из новых способов управления, которые привносятся каждым этапом разработки, в том числе и внедрением современных технологий [12]. Человек подошел к решающему вопросу механизации: «человек я или машина?» [11].

Реальность формирующегося уже сегодня «информационного общества» замещается гиперреальностью путем превращения человека в объект, эстетизации безобразного; утрачивается гармония и красота мира, ценностный мотив творчества [13, 14].

Рассматривая семиотический принцип существования моды, можно увидеть комбинаторику знаковости и ее «принципа подстановочности», где каждая вещь костюма соотносится с неким «желаемым» образом социальной статусности, престижных отношений, стабильности и преуспевания.

История становления и развития моды оказывает влияние на стиль костюма, эстетические взгляды и вкус личности, формируя модный образ – стандарт красоты на тот период времени, в котором она будет существовать. Понятие «стиль» у Гегеля –

материал для искусства, которое через стиль «осуществляет свое содержание» [1]. Сменяющиеся циклы моды отражают духовное состояние общества и указывают на более сложное представление о личности [1]. Одежда, по Гегелю, как внешнее облачение человека «служит лишь для изменчивого выражения духа, проявляющегося в теле», который «и составляет идеальное начало в одежде» [1]. Философ утверждает, что произведения всех искусств наделены духом, поэтому у Гегеля они развиваются как живые организмы. Язык современной одежды «играет только служебную роль», она не может быть высокохудожественной вещью, поскольку, «слишком резко выражая позу, придает безобразный вид формам членов» [1].

Мода в семиотическом аспекте понимания философом Р. Барта предстает как некая «мистифицированная система» между внешним и внутренним, между вещью и жизнью, между знаком и образом, знаком и делом. Разнообразие связей между системами классификаций и условиями существования субъекта, влияет на выбор модного образа субъектом. Индивид различными способами и всевозможными декоративными средствами «строит» свой костюм, добиваясь своей значимости и статусности, либо проецирует иллюзию нового звания телесно или формой костюма. Таким образом, формируется категория вкуса, напрямую влияющая на рост социальных различий в обществе [8].

Рассматривая философско-социальный аспект развития моды, можно сделать вывод, что мода формирует ментальную сферу деятельности человека: образ мысли, вкус, модели поведения и самоидентификации (Г.В.Ф. Гегель). Например, философ Элен Сиксу видел моду как «часть личности», и одежда «в первую очередь является не защитой для тела, а скорее его продолжением», демонстрируя свою истинную сущность внешнему миру [1].

Социальное поведение, как отображение исторических процессов, впечатывается в образах искусства, мифологии, религии, costume и т.д.

Поиск личностью смысла жизни посредством знаковой системы моды приводит к серьезным внутренним осознаниям: с одной стороны, это приводит к сопротивлению человека, желающего сохранить свою индивидуальность, с другой – человек следует моде, не желая выпасть из привычной социокультурной среды. В своей книге «Одевая эпоху» французский модельер Поль Пуаре отметил, что среда модного пространства должна иметь осознанно развернутые границы, в пределах которых возможно корректное взаимодействие личности и общества [15, с. 410].

Мода у И. Канта, напротив, не зависит от «вкуса», поскольку это понятие сопряжено у автора с категориями морали и долга. Избыточный вкус связан с роскошью и благосостоянием, а избыточное благосостояние без «вкуса» философ называет «мытарством, вызванным пресыщенностью» [1]. В наблюдении И. Канта подражание костюму аристократии является главным признаком проявления вкуса в «высших» кругах, оценивая моду в ее социальном и материальном неравенстве, автор обвиняет в тщеславии и глупости тех, кто рабски следует ее причудам [1].

Наиболее сильное изменение моды происходит в XX веке. Роль одежды вложена в ее функцию украшать, «защитить человеческую аутентичность, напомнить, что внутреннее должно соответствовать внешнему, то есть внешний вид должен отражать истинную духовность» [1]. Основная постмодернистская тенденция моды – формирование тела, но не души. Жан Бодрийяр, оценивая взаимосвязь тела и души, пишет, что «тело переняло моральную и идеологическую роль души как объекта спасения» [1]. Тело стало привилегированным объектом моды. Тело поменялось местами с сознанием, которое, в соответствии с эмпиризмом, является «чистой доской», на которой можно написать все что угодно [1].

Отмечается новый феномен культуры: «триумф китча в массовом сознании», превращаясь в массовое самовоспроизводство [16, с. 412]. Центральной темой в искусстве, киноиндустрии, дизайне «лежат в самом центре китчевости: титанизация тела, секса, карикатурная сила и гипертрофия уничтожения, манихейство, чудо любви и семьи,

приходящая угроза, хеппи-энд, блаженство безделья, молодежность, а также (псевдо) мудрость» [16]. «Китч – это хоровод галлюцинаций, это постоянное производство миражей и призраков», он не возникает сам по себе, бывают «сложные случаи его маскировки» [16]. Развитие «китчевого сознания» происходит на фоне «ироничного презрения» проявлений интеллигентности или свободы мышления, последнее «оценивается уже как странность или как бесцельная болтовня» [16]. Фетиш катастрофы «свехчеловека» реализуется через специфический образ супергероя.

Можно предположить, что культурный код человека трансформируется так же, как и его геном, становясь космополитичным языком коммуникации, развивающим дизайнерские направления в моде с позиции универсализации.

Общественная жизнь подвержена тотальному эксперименту с кодом моды. Новый язык инноваций получает свое выражение в модной индустрии и эстетике ее применения. Например, все больше разрабатываются новые высокотехнологичные искусственные ткани, которые становятся доступными для всех.

Рассуждения британского футуролога Яна Пирсона не менее интересны: о том, что через несколько лет в человеческом сообществе появятся технологии, обогащенные новой реальностью [17, с. 402]. Благодаря технологиям будущего создадут новые материалы, обладающие новыми свойствами и фактурами, меняющими форму и восприятие в зависимости от задач использования, в том числе и под призмой виртуальности и многомерности миров. Появится «эмоционально отзывчивая» одежда, электронно-моделируемая косметика, цифровые зеркала, задающие программу образа и т.д. [18, с. 535]. Процесс создания одежды проявит себя еще более творчески, достаточно будет овладеть новой техникой шитья, базирующейся на принципе складывания и нанесения прорезей. Модели будущего стремятся быть индивидуализированными и интернациональными. Ученые и дизайнеры всего мира смогут работать над созданием прогрессивного языка моды сообща.

Таким образом, можно отметить, что коммуникативные свойства одежды отражают в себе код индивидуальности, код принадлежности к группе, нации или эпохе, расширяя возможности творчески свободного человека проявлять свои способности в информационном обществе [18]. Мы становимся наблюдателями изменений в костюме, меняющими наше восприятие в его традиционном понимании.

Можно также сделать вывод о том, что начиная со второй половины XX века на первое место в понимании знаковой системы моды выходит социально-психологический анализ поведения человека по отношению опосредованного его участия в развитии модных ориентиров и концепций. Массовое увлечение новой идеей игры вещей становится сутью моды современного социального явления. Новейшая объективная реальность, определяемая действиями субъекта моды и субъективные переживания многомерной сформированной реальности, становится главным принципом развития моды. мода как растущая система имеет определенный набор законов, правил и определяет отношение человека к внешним и внутренним границам культуры, формируя их расширение новыми закономерностями.

Возникает вопрос: нужно ли расширение или предпочтительна стабилизация сфере моды сегодня? Наблюдающиеся тенденции: упрощение культурного кода, оскудение смыслов, искажение вкуса и, как следствие, обозначается задача более глубокого изучения всех граней социально-культурной жизни общества при непосредственном участии в этом не только творцов моды, но и потребителей. Очевидно, костюм информационного века, проектирующий новую смысловую информацию внутреннего мира человека, отражает поиск человеком своего «Я». Решение данных задач позволит изменить представление о моде не только как о сфере жизнедеятельности общества, но и преобразует образ человека-потребителя в образ человека-творца.

Литература

1. Свендсен Л. *Философия моды*. М., 2017. 256 с.
2. Борисов Б.П. *Постмодернизм*. М., 2015. 316 с.

3. *Прудис С.Д.* Информационный аспект сознания // Человек. 2010. № 4.
4. *Baeva L.V.* Anthropogenesis and dynamics of values under conditions of information technology // International journal of techno ethics. 2012. № 3 (3).
5. *Лабунская В.А.* Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). Ростов н/Д., 1988. 246 с.
6. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. М., 2005. 390 с.
7. *Бурдьё П.* Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология. М., 2004. 680 с.
8. *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003. 512 с.
9. *Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. СПб., 2000. 347 с.
10. *Фукуяма Ф.* Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции. М., 2008. 349 с.
11. *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла. М., 2012. 258 с.
12. *Маклюэн М.* Понимание медиа. М., 2018. 464 с.
13. *Мода осень – зима 2018-2019: основные тенденции // Fashion woman.* URL: <https://www.fashion-woman.com/stil-i-moda/tendencii/moda-osen-zima-2018-2019-osnovnie-tendencii/>
14. *Тенденции моды осень – зима: идеи образов, новинки одежды, модные фасоны // New lady day.* URL: <https://www.newladyday.ru/tendentsii-mody-osen-zima/>
15. *Пуаре П.* Одевая эпоху. М., 2017. 410 с.
16. *Добровольский Я.* Философия глупости. История того, что иррационально. Харьков, 2014. 412 с.
17. *Intercultural dialogue: in search of harmony in diversity.* Ed. by Edward Demenchonok. Newcastle upon Tyne: Cambridge scholars publishing, 2014. 402 p.
18. *Baran S.J.* Introduction to mass communication. Boston – New York, 2012. 535 p.

References

1. *Svendson L.* Filosofiya mody [Fashion philosophy]. Moscow, 2017. 256 p.
2. *Borisov B.P.* Postmodernizm [Postmodernism]. Moscow, 2015. 316 p.
3. *Prudis S.D.* Informational aspect of consciousness // Chelovek. 2010. № 4.
4. *Baeva L.V.* Anthropogenesis and dynamics of values under conditions of information technology // International journal of techno ethics. 2012. № 3 (3).
5. *Labunskaya V.A.* Neverbalnoe povedenie (sotsialno-pertseptivnyy podhod) [Non-verbal behavior (social and perceptive approach)]. Rostov-on-Don, 1988. 246 p.
6. *Bauman Z.* Individualizirovannoe obshchestvo [Individualized society]. Moscow, 2005. 390 p.
7. *Bourdieu P.* Distinction: social critique of opinion // Western economic sociology. Moscow, 2004. 680 p.
8. *Barthes R.* Sistema mody. Statyi po semiotike kultury [Fashion system. Articles on semiotics of culture. Moscow, 2003. 512 p.
9. *Mankovskaya N.B.* Estetika postmodernizma [Aesthetics of postmodernism]. Saint Petersburg, 2000. 347 p.
10. *Fukuyama F.* Nashe postchelovecheskoe budushchee: posledstviya biotekhnologicheskoy revolyutsii [Our posthuman future: implications of biotechnological revolution]. Moscow, 2008. 349 p.
11. *Baudrillard J.* Prozrachnost zla [Transparency of evil]. Moscow, 2012. 258 p.
12. *McLuhan M.* Ponimanie media [Understanding of media]. Moscow, 2018. 464 p.
13. *Мода осен – зима 2018-2019: osnovnye tendentsii* [Fashion autumn – winter 2018-2019: major trends] // Fashion woman. URL: <https://www.fashion-woman.com/stil-i-moda/tendencii/moda-osen-zima-2018-2019-osnovnie-tendencii/>
14. *Autumn – winter fashion trends: ideas of images, new clothes, fashionable styles // New lady day.* URL: <https://www.newladyday.ru/tendentsii-mody-osen-zima/>

15. *Poiret P.* Odevaya epohu [Dressing the era]. Moscow, 2017. 410 p.
16. *Dobrovolskiy Ya.* Filosofiya gluposti. Istoriya togo, chto irratsionalno [Philosophy of stupidity. Story of what is irrational]. Kharkov, 2014. 412 p.
17. Intercultural dialogue: in search of harmony in diversity. Ed. by Edward Demenchonok. Newcastle upon Tyne: Cambridge scholars publishing, 2014. 402 p.
18. *Baran S.J.* Introduction to mass communication. Boston – New York, 2012. 535 p.

УДК 792.075

Н.Н. ВАСИЛЬЧЕНКО

ПРОБЛЕМА КЛАССИКИ НА СОВРЕМЕННОЙ СЦЕНЕ

Васильченко Наталья Николаевна, кандидат культурологии, доцент кафедры театрального искусства Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), VasilchenkoNN@mail.ru

Аннотация. Актуальность проблемы постановки классических произведений на современной сцене определяется отсутствием собственно искусствоведческого подхода к феномену нарастающего потока режиссерских интерпретаций и амбивалентности отношения к ним театральной критики. Цель настоящей статьи в опыте искусствоведческого анализа, обобщающего основные тенденции проблемы театрального искусства нового времени.

Ключевые слова: режиссура, интерпретация классики, профессиональные ориентиры, дефиниции классики.

UDC 792.075

N.N. VASILCHENKO

THE PROBLEM OF CLASSICS ON A MODERN SCENE

Vasilchenko Natalya Nikolaevna, candidate of culturology, associate professor of the cathedra of theatre arts of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), VasilchenkoNN@mail.ru

Abstract. The relevance of the problem of staging classical works on a modern scene is determined by the lack of proper art criticism approach to the phenomenon of increasing flow of a director's interpretations and the ambivalence of attitude of theatrical criticism towards them. The purpose of this article is in the experience of art history analysis, summarizing the main trends of the problem of theatrical art of modern time.

Keywords: direction, interpretation of classics, professional guidelines, definition of classics.

Актуализация проблемы постановки классики на современной сцене все чаще позиционирует себя в сфере театральной критики и публицистике. Между тем на этом поле частных суждений явно возникает проблема собственно искусствоведческой оценки данного процесса, а точнее – недостаточность такой оценки. Позволим себе привести один, на наш взгляд, показательный факт, особенно уместный в нынешний год, объявленный Годом театра в России. Это постановка классической пьесы художественным руководителем БДТ им. Г.А. Товстоногова А. Могушим, посвященная 100-летию данного театра. Именно это посвящение привлекло наше внимание и явилось исходной точкой предпринятого нами дальнейшего искусствоведческого анализа. Дело в том, что Г.А. Товстоногов, оставивший свое имя не только в названии театра, но и на корпусе трудов, посвященных режиссуре, во многом опирался в репертуаре на классические произведения.