

**Екатерина Олеговна Туркельтауб**Омский государственный педагогический университет, аспирант, Омск, Россия  
e-mail: kturkeltaub@mail.ru

### Ценность моды в культуре

*Аннотация.* В статье исследуется визуальный образ человека, ценности моды и ее значимость в социокультурном пространстве. Подтверждается тезис о неоспоримой связи среды, социальных отношений с эстетической составляющей внутреннего мира человека. Фиксируется самодостаточность моды в репрезентации социальных ценностей.

*Ключевые слова:* мода, стиль, визуальный образ, ценность.

**Ekaterina O. Turkel'taub**Omsk State Pedagogical University, Postgraduate Student, Omsk, Russia  
e-mail: kturkeltaub@mail.ru

### The Value of Fashion in Culture

*Abstract.* The article examines the visual image of a person, the values of fashion and its significance in the socio-cultural space. The thesis about the indisputable connection of the environment, social relations with the aesthetic component of the human inner world is confirmed. The self-sufficiency of fashion in the representation of social values is recorded.

*Keywords:* fashion, style, image, visual image, value.

Под ценностью моды принято понимать в самом обобщенном виде ее способность быть целью и средством удовлетворения социально значимых и культурно эстетических потребностей индивидов и общества в целом. Первые упоминания о моде приписываются итальянскому философу, гуманисту и писателю периода Ренессанса и эпохи Высокого Возрождения — Алессандро Пикколомини [1], именно тогда появились первые литературные источники, в которых описывался не только костюм, но и грим (макияж), а также манера поведения.

В философии ценность понимается как «...сложившаяся в условиях цивилизации и непосредственно переживаемая людьми форма их отношения к общезначимым образцам культуры и тем предельным возможностям, от осознания которых зависит способность каждого индивида проектировать будущее, оценивать "иное" и сохранять в памяти прошлое» [2, с. 767]. Моду мы можем рассматривать как культурную ценность, так как она считается выражением различных переживаний людей, а кроме того, позволяет выразить им свое отношение ко всем предметам и объектам окружающего мира и непосредственно к образцам культуры.

Мода обладает рядом характеристик: общедоступностью, уместностью (возрасту, климату, ситуации), большим (ежедневным, еженедельным, ежегодным) спросом и возможностью ему отвечать, которые раскрывают ее социальную силу и наделяют подлинной значимостью. Сегодня мода — это не только необходимость, но и социально-культурное благо, одно из величайших открытий и достижений человечества.

Мода — способ самоактуализации человека. Что при этом актуализируется: душа, тело, дух человека? Казалось бы, прежде всего тело. И это значимо. «Я говоришь ты и гордишься этим словом. Но больше его — во что не хочешь ты верить — тело твое с его большим разумом: оно не говорит Я, но делает Я», — рассуждал Ницше в своих учениях о сверхчеловеке [3, с. 32]. Что же есть тело в контексте философской антропологии? Какую информацию транслирует визуальный образ человека? Визуальный образ рождается в теле или разум порождает образ, облачая в него тело? Вот те актуальные вопросы, которые мы будем рассматривать в данной статье. Актуальность темы обусловлена временными преобразованиями и эволюцией образов и стилей в рамках моды как феномена культуры, а также недостаточным количеством материала по заданной теме.

Можно отметить наличие несовпадений внутренне-го содержания человека и его внешних проявлений. Зачастую они не имеют связи между собой. Внутренняя наполненность и красота не ведет к красоте внешней. Здесь мы можем увидеть расщепление визуального образа на природой данную красоту и красоту приобретенную — как ухоженность и результат работы над своим внешним обликом. Когда и где выстраивается взаимосвязь между внутренним и внешним миром и есть ли она вообще, как находит визуальное разрешение во внешнем облике, какова специфика визуального образа? Р. Рождественский в своем стихотворении 1974 г. писал: «...глаза цветов, глаза ребенка...» Поэт рисует визуальные образы, словно кистью пишет

«картину-стихотворение» [4, с. 74]. Образ трактуется как «...сознательное воспроизведение отсутствующего или несуществующего объекта», где образ противопоставляется восприятию, т. е. это представление уже существующего, имеющегося объекта [5, с. 290].

Ценность моды заключается в том, что она формирует социальный образ. Например, условные «кринолины» создают образ придворной дамы или даже королевы; шортики в сочетании со строгим жакетом вызывают к образу шаловливого мальчика, а свитерок «пурбой» — к образу мальчика из хорошей английской или американской небогатой семьи периода Великой депрессии. Согласно Сартру, образ — своеобразный, специфический акт сознания, направленный на несуществующий (отсутствующий) предмет. Он отождествляет его с интенциональным актом сознания и опускает его ценность до статуса неоконченного восприятия (квазинаблюдение). В силу того, что Сартр не анализирует мифологию, поэзию, религию, где творческое воображение не копирует реальность, а создает новую, его анализ применим только к репродуцирующему воображению, но не к творческому [6].

Мода способна оказывать влияние на внутренний порядок в общественных отношениях (дресс-код), что само по себе есть акт цивилизованности, организованности, согласованности и упорядоченности (подконтрольности). Сложившееся в культуре понимание образа включает в себя такую его черту, как живое, наглядное представление о ком-либо. В философии образ трактуется как результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека. В искусстве «образ» мы понимаем в качестве обобщенного художественного отражения действительности, облеченного в форму конкретного индивидуального явления. В художественном произведении образ уподобляется типу или характеру персонажа. В терминологическом словаре одежды образ соотносится с имиджем (одежда, обувь, прическа) и обликом (внешний вид) человека [7].

Однако ценность моды не только в том, что она способствует формированию образа, соответствующего эпохе, духу культуры, характеру деятельности человека, но и в том, что она соотносится со всей системой ценностей. В типологии ценностей выделяют высшие (абсолютные) ценности, или так называемые «ценности-цели», и инструментальные ценности — «ценности-средства». К абсолютным ценностям, высшим, мы относим самого человека и его жизнь. Сюда же можно отнести смысл жизни, добро и справедливость, свободу и истину, красоту. Высшие ценности — это терминальные (конечные) ценности: наши представления о целях и конечных состояниях, к которым мы стремимся (например, о добре и зле). Инструментальные (опосредованные) ценности относятся к представлениям о желаемых способах поведения, помогающих достичь терминальных ценностей (образование, готовность взять на себя ответственность) [8].

Инструментальная ценность моды заключается в ее регулятивной силе. Мода — мощный социальный регулятор. Она выступает средством решения разнообразных задач и может использоваться как инструмент разными социальными субъектами: государством, церковью, общественными группами, а также отдельно взятым индивидуу-

мом. Мода становится опосредующим звеном при реализации институтов морали, культуры, выступая средством их воплощения в жизнь. С инструментальной ценностью моды связана ее пространственная составляющая, помогающая понять, как пространство, в котором приходится находиться ежедневно, а также окружение людей, коллектив, его мировоззренческие взгляды и нравственные ценности оказывают влияние на человека. Так, входя в красиво убранную комнату, ступая на чистый паркет, хочется снять «калоши» и облачиться в изящные туфельки. В то время как, работая в коллективе, где уставом предписан деловой дресс-код, человек следует рабочему уставу и другому стилю одежды. И здесь речь не только о соблюдении правил, но и о некоей внутренней составляющей — нежелании быть «белой вороной», выделиться из социальной группы. Таким образом, внешний облик влияет на внутреннее состояние человека или, возможно, наоборот, наше настроение диктует образ дня. В любом случае возникает ценностно-значимая коммуникация.

«Я ем из фарфоровых тарелок, у меня хорошее столовое серебро, и я люблю добротность, уют — это очень важно для меня — и атмосферу. <...> Вкус, как и слух, это, конечно, врожденное. <...> Когда человек выходит из среды, где вкус был неразвит по тем или иным социально-политическим или геополитическим причинам, вкуса от него ждать не надо. <...> А вкус надо развивать. Ходите в музеи и на выставки!» [9, с. 218] Действительно, включение дорогой посуды в повседневный быт, безусловно, меняет настроение того, кто ею пользуется. Заметим, что как коллекции мелкой пластики рассказывают нам об истории моды, т. е. о том, что когда-то было модой, а сегодня стало музейным экспонатом, так и исторический костюм, интерьер, транспортные средства передают мироощущение эпохи. Всё это фундамент современной моды, сокровищницы идей, питающих ее, способствующих созданию современного модного образа.

Исторически одежда демонстрировала социальный, возрастной, гендерный, семейный статус человека. Помимо статуса можно было узнать территориальную принадлежность. Визуальный образ человека определялся не только предметами одежды, но и прической, убранством головы. Так, например, незамужние девушки на Руси могли позволить себе заплетенные волосы в одну косу с лентой, не пряча их под платок, так как женские волосы считались одним из самых красивых и прельщающих явлений женской природы, тогда как замужние голову покрывали, показывая всю красоту свою исключительно дома при муже. Одежда крестьян была проста в крое, обильно украшена знаками плодородия, природы, солнца и земли. Одежда военнослужащих отображала знаки чести и была особого кроя. Знать и князья могли позволить себе ткани более тонкой выделки. Одежда их украшалась драгоценными камнями, красочными узорами, была длиннее. В большей степени «прочитать» человека можно было по вышивке на одежде — особым орнаментам, наносимым по различным поводам. Один и тот же символ также имел различное трактование, например «ромб» на мужской одежде означал отношение к земледельческой работе, а в женской — способность к деторождению. Главными девичьими символами считались символ рода,

древесные орнаменты, Богини — покровительницы судьбы, символы земли. Для одежды мальчиков характерны были солнечные символы, изображения тотемных животных, символ огня; для юношей — воинская символика. На свадебном одеянии изображались лебеди и виноград [10].

Исходя из этого, мы можем понимать визуальный образ человека как тонкую гармоничную связь между внутренним миром человека и социальной средой. На визуальный образ также могут влиять природно-климатические и географические факторы, но, помимо прочего, мода выражает важнейшие общечеловеческие ценности: свободу выбора, равенство людей, неповторимую вкусовую индивидуаль-

ность. мода может рушить стереотипы и быть способом самовыражения. Феномен моды заключается в том, что она сродни музыкальному искусству, также узнаваема — можно сравнить известное произведение великого Бетховена «К Элизе» со знаменитым костюмом от Шанель, который тоже стал классикой и узнаваем даже неопытным, неискушенным взглядом.

Таким образом, мода содержит уникальный сплав социальных инструментальных ценностей в силу того, что очерчивает некие рамки для возможных способов выражения индивидуальности человека в гармонии с социальными нормами.

#### Библиографический список

1. Логиш С. В. Алессандро Пикколомини // Логиш С. В. Сборник статей. 2007. URL: <http://svr-lit.ru/svr-lit/logish-sbornik-statej/alessandro-pikkolomini.htm> (дата обращения: 29.03.2020).
2. Плотников В. И. Ценность // Современный философский словарь / под общ. ред. В. Е. Кемерова, Т. Х. Керимова. 4-е изд., испр. и доп. М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2015. С. 767–770.
3. Ницше Ф. Так говорил Заратустра: Книга для всех и ни для кого. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. 332 с.
4. Рождественский Р. Всё начинается с любви. М. : Молодая гвардия, 1977. 168 с.
5. Образ // Жюлия Д. Философский словарь. М. : Международные отношения, 2000. С. 290.
6. Соколова Л. Ю. Ж.-П. Сартр и Г. Башляр: две феноменологические концепции воображения // Размышления о философии на перекрестке второго и третьего тысячелетий: К 75-летию профессора М. Я. Корнеева. СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2002. Вып. 11. С. 141–150.
7. Образ // Терминологический словарь одежды / сост. Л. В. Орленко. М. : Легпромбытиздат, 1996. 344 с. URL: <http://www.modnaya.ru/articles/dictionary/glossary-of-clothing/fc/slovar-206.htm#zag-1122> (дата обращения: 21.01.2020).
8. Маслоу А. Х. Мотивация и личность. СПб. : Питер, 2014. 351 с.
9. Васильев А. «Я сегодня в моде...»: 100 ответов на вопросы о моде и о себе. М. : Этерна, 2009. 258 с.
10. Карасева С. Что означает пословица «Встречают по одежке, а провожают по уму»? // Школа жизни.ру : познавательный журнал. 2016. URL: <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/53272> (дата обращения: 21.01.2020).

#### References

- Karaseva S. (2016) Chto oznachaet poslovitsa "Vstrechayut po odezhke, a provozhayut po umu"?, *Shkola zhizni.ru: poznavatel'nyi zhurnal*. Available at: <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/53272> (accessed: 21.01.2020). (in Russian)
- Logish S. V. (2007) Alessandro Pikkolomini, *Collected Works*. Available at: <http://svr-lit.ru/svr-lit/logish-sbornik-statej/alessandro-pikkolomini.htm> (accessed: 29.03.2020). (in Russian)
- Maslou A. Kh. (2014) *Motivatsiya i lichnost'*. Saint Petersburg, Piter Publ., 351 p. (in Russian)
- Nitsche F. (2014) *Tak govoril Zaratustra: Kniga dlya vsekh i ni dlya kogo*. Saint Petersburg, Azbuka, Azbuka-Attikus Publ., 332 p. (in Russian)
- Orlenko L. V. (ed.) (1996) *Obraz, Terminologicheskii slovar' odezhdy*. Moscow, Legprombytizdat Publ., 344 p. Available at: <http://www.modnaya.ru/articles/dictionary/glossary-of-clothing/fc/slovar-206.htm#zag-1122> (accessed: 21.01.2020). (in Russian)
- Plotnikov V. I. (2015) Tsennost', *Sovremenniy filosofskii slovar'*, ed. V. E. Kemerov, T. X. Kerimov. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., Ekaterinburg, Delovaya kniga Publ., pp. 767–770. (in Russian)
- Rozhdestvenskii R. (1977) *Vse nachinaetsya s lyubvi*. Moscow, Molodaya gvardiya Publ., 168 p. (in Russian)
- Sokolova L. Yu. (2002) Zh.-P. Sartre i G. Bashlyar: dve fenomenologicheskie kontseptsii vobrazheniya, *Razmyshleniya o filosofii na perekrestke drugogo i tret'ego tysyacheletii: K 75-letiyu professora M. Ya. Korneeva*. Saint Petersburg, Sankt-Peterburgskoe filosofskoe obshchestvo Publ., issue 11, pp. 141–150. (in Russian)
- Vasil'ev A. (2009) "Ya segodnya v mode...": *100 otvetov na voprosy o mode i o sebe*. Moscow, Ehterna Publ., 258 p. (in Russian)
- Zhyulia D. (2000) *Obraz, Filosofskii slovar'*. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., p. 290. (in Russian)