

## К ВОПРОСУ О ФЕНОМЕНЕ МОДЫ В КОНТЕКСТЕ ЭТИКО-ЭСТЕТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

С. А. Симонова

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 10 октября 2014 г.

**Аннотация:** *в статье рассматривается трансформация феномена моды в контексте современного общества, которое может быть охарактеризовано как общество постмодерна. Автор анализирует изменения, происходящие в современной культуре, делая акцент на то, какую функцию в ней выполняет мода.*

**Ключевые слова:** *мода, этика, эстетика, постмодерн, элитарная культура, массовая культура.*

**Abstract:** *the article deals with the problem of transformation of fashion in the context of post-modern culture. The author analyses modern cultural tendencies and the role of fashion in the modern culture.*

**Key words:** *fashion, ethic, aesthetic, post-modern, elite-culture, mass-culture.*

В современном мире наблюдается определенное распадение смыслов, чему в немалой степени способствует создание виртуальных миров. В искусстве усиливается тиражирование накопленного эстетического опыта. Поэтому деятели культуры, прежде всего, постмодернисты, стремятся придать формализованным, легко узнаваемым структурам новизну с помощью эффекта неожиданной смены акцентов, парадоксального перемещения этико-эстетических доминант.

Современная мода органически входит в контекст постмодернизма. В постмодернизме способ самовыражения играет настолько важную роль, что мир поочередно становится презентацией того или иного авторского «я». И в то же время в современной моде (что можно видеть на модных дефиле, в журналах моды, «гламурных» шоу) очевидно резкое отчуждение «я» от объекта творчества. Предметы, заполняющие культурное пространство, как материальные, так и нематериальные, с точки зрения постмодернизма могут быть с легкостью перемещены, причем эти перемещенные предметы получают иной смысл, иную знаковую форму. Логику в этих перемещениях часто найти очень сложно, так же, как и эстетические и нравственные их обоснования. В таком случае имеет смысл говорить о реализации некоего этико-эстетического антисинтеза.

В последние десятилетия в России и мире наблюдается интенсивная смена культурных парадигм. Визуализация культуры, характеризующаяся в парадигмальных терминах смены «этоса на эстетизис», находится в центре этих процессов. Без преувеличения происходит трансформация семиотического кода культуры, которую одни исследователи трактуют

как закономерный процесс социокультурной динамики, другие – как наиболее сильное проявление кризиса культуры, начало которого уходит вглубь XIX в., во времена, отмеченные Ф. Ницше как «смерть Бога».

Переоценка ценностей как наиболее знаковое проявление этого события с тех пор носит неоднородный и противоречивый характер. Среди феноменов, находящихся в эпицентре современной социокультурной динамики, безусловно, мода. При всей своей полисемантической данности данный феномен характеризуется наличием в нем этико-эстетических начал, чье равновесное состояние является показателем «нормальности» культурных процессов, происходящих в обществе.

Особенность моды как феномена культуры заключается в том, что это одновременно самый обыденный атрибут повседневности, являющийся в то же время наиболее ярким показателем человеческой индивидуальности, поскольку здесь задействованы глубинные антропологические механизмы человеческой личности. В связи с этим возникает вопрос о том, являются ли смыслы повседневности, эксплицируемые модой, аутентичными экзистенциальными смыслами?

Эволюция моды позволяет судить о коренных трансформациях в аксиологической сфере. В контексте визуализации культуры произошла трансформация семиотического кода моды, что проявилось в однозначном доминировании эстетических, лишенных нравственно-рефлексивных измерений начал. Появляется новый антропологический тип – *Nomo modus*, характеризующийся новой системой личностных идентификаций, в которых принцип визуализации играет ключевую роль. Это сопровождается многими потерями этического, эстетического, психологического, интеллектуального и в целом духовного плана.

Эстетическое отношение к миру, достигающее наиболее существенного проявления в феномене моды в эволюции его семантических кодов, является также одним из главных показателей этического отношения к миру.

Таким образом, исследование феномена моды в контексте современных трансформационных процессов культуры является актуальной междисциплинарной проблемой, затрагивающей области философии, культурологии, семиотики, этики, эстетики, психологии, социальной философии.

Если обратиться к истоку проблем современной культуры, то здесь необходимо отметить работы Ф. Ницше, единственного в своем роде философа, тонко и глубоко почувствовавшего надвигающийся кризис культуры и давшего предельно точный уровень его описания. Такие ключевые концепты философии культуры Ф. Ницше, как «переоценка ценностей», «смерть Бога», «восстание рабов в морали», «рессентимент», являются тем языком описания глубинных процессов культуры, которым пользуются многие современные авторы.

В сфере постмодернизма компоненты элитарной и массовой культур используются в равной мере как амбивалентный игровой материал, а смысловая граница между массовой и элитарной культурами оказыва-

ется принципиально размытой или снятой вовсе. Это связано с крайней степенью капитализации современной культуры, что является еще одной причиной сближения массовой и элитарной культур. Заметен этот процесс и в области моды. На данный момент большинство сфер, в которых осуществляется мода, давно переместилось в область бизнеса и приобрело приставку «популярных». Капитализация и популяризация моды как массового продукта выразились даже в том, что появился весьма характерный термин «индустрия моды».

Причем совершенно очевидно, что в современной индустрии моды сосуществуют и успешно конкурируют друг с другом как профессиональные, талантливые элементы, получившие достойное образование, так и умело раскрученные «звезды». Это свидетельствует о смешении массового и элитарного пластов современной культуры. Важной характеристикой современной моды является также смешение стилей и направлений. Все новое, что появляется сейчас в индустрии моды, во многом является продуктом взаимодействия разных и ранее чуждых друг другу стилей.

Современная мода стремится инициировать у потребителя появление новых потребностей, тем самым ускоряется ритм смены мод, когда еще на этапе проектирования закладывается необоснованно ускоренный моральный и даже физический износ изделий. Стремление личности следовать за убыстряющимися сменами моды становится важнее других социальных и духовных проблем. Наблюдается деструктивная по своей сути тенденция к потреблению как цели, причем потреблению предметов как носителей символов (статуса, богатства, власти, семейного положения и др.). Таким образом, происходит символизация процесса потребления.

Сегодня наблюдается глобальное распространение массовой моды, искусственное ускорение модных циклов, появление новых траекторий распространения моды в обществе, своеобразное психопрограммирование общества. Несмотря на это, в силу своей «всеохватности» и «всеобщности» мода способна помочь современным поколениям в преодолении нынешней бездуховности путем влияния на формирование аксиологических ориентиров, став своеобразным проводником от этики к эстетике. Мода как феномен обладает огромным ценностно-формирующим потенциалом, может способствовать утверждению таких важных гуманистических ценностей, как толерантность и одновременно формирование национального самосознания, понимание целостности природы и человека, ценности семьи и брака, единство индивида и человечества, ценность мира, ответственность (перед природой, обществом, другими, собой) и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что современная фаза эволюции семиотического процесса моды характеризуется не просто доминированием эстетического принципа, что всегда имело место в общей семиотической картине феномена моды, но исключением этического начала (логоса). Это проявляется в контексте визуализации, являясь одновре-

менно ее «причиной» и «следствием». В терминах этико-эстетической парадигмы современной философии антиномизм этих начал достиг своей кульминации.

*Воронежский государственный университет*

*Симонова С. А., доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой культурологии*

*E-mail: jour2@yandex.ru*

*Тел.: 8-910-281-99-84*

*Voronezh State University*

*Simonova S. A., Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Head of the Culturology Department*

*E-mail: jour2@yandex.ru*

*Tel.: 8-910-281-99-84*