

© 2012 г. Т.Г. Мальцева

УДК 101

**ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ОДЕЖДЫ  
КАК СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ**

Понятие «культура» является центральным в социальной и культурной антропологии. Это понятие в его современном значении сформировалось в Европе в XVIII в. благодаря работам таких мыслителей, как Дж. Вико, И. Г. Гердер, Ш. Монтескье. В этот период времени результаты географических открытий привлекли внимание людей к сравнению собственных культурных ценностей и образа жизни с теми, что свойственны другим народам; к дискуссиям о возможности и правомерности культурного многообразия. Со второй половины XIX в. понятие «культура» постепенно приобретает статус научной (а не только философской) категории. Оно практически утрачивает прогрессивистский оценочный оттенок и перестает означать «высокий» уровень развития общества. Понятие «культура» стало пересекаться с категориями цивилизации, общественно-экономической формации, глобальной регионализации. Его стали определять как «биологически ненаследуемую память человечества»; через системы локальных стереотипов поведения и представлений, через наборы антропологических и «эволюционных» универсалий и т. п. В XX в. из научных представлений о культуре уходит предрасположенность к романтизму, как отмечал Ж.-П. Сартр, культура никого и ничего не спасает и не оправдывает. Но она – дело рук человека, в ней он ищет свое отражение, в ней он узнает себя, только в этом критическом зеркале он может увидеть свое лицо [1, с. 25].

Проблема человека стала ведущей в XXI в., а культура стала центром бытия и исследования современным обществом. Основные рассматриваемые вопросы: как понимать культуру, какую дать ей дифиницию, исследование ее зарождения и становления, функционирования, развития, оценка роли и места культуры в духовной и практической жизни человека, один из спорных и важных – дальнейшая судьба культуры. В современном понимании мира, в

основе которого лежит визуальное представление о реальности знаков и как бы просто бессмысленных форм, и где зрение играет решающую роль, научная и творческая деятельность, происходившая на всех возможных уровнях и приведшая к триумфу визуальности в современной культуре, и была прямым свидетельством произошедшей эстетической перемены. Особенно это очевидно в современном западноевропейском обществе, где жизнь социума проходит в восприятии созданных обществом образов и их фона, существующих в виде визуальных форм в среде, целиком «решенной» дизайнерами.

Социальная жизнь членов общества – повседневность всего социума. В США полным ходом идет законодательная кампания, объявившая ношение приспущенных джинсов мужчинами угрозой для общества. Сейчас многие в Америке и за ее пределами жалуются на то, что рэп-культура навязывает людям слишком агрессивно-сексуальный стиль, в том числе и в одежде. И что ношение, к примеру, слишком приспущенных брюк в рэп-стиле уже давно перестало граничить со здравым смыслом и превратилось в вызывающую атрибутику, которая наносит вред не только общественной морали, но и здоровью. Ношение чересчур откровенной одежды, ставшей необходимой атрибутикой модных на Западе направлений рэп и хип-хоп, уже перестает вписываться в рамки концепции свободы самовыражения. В последние годы Америку буквально захлестнул бум на ношение приспущенных брюк, экстремально коротких юбок с низкой талией, а также других элементов одежды, минимально скрывающих тело. Такой стиль особо активно пропагандировался современными рэпперами. На Западе рэп-культура уже давно переросла масштабы музыкального направления и стала законодательницей не только в моде на ношение определенного стиля одежды, но и в навязывании определенных стереотипов поведения (агрессивная сексуальность). Наряду с законодательными инициативами, порицающими ношение откровенной одежды в США, сами американские обыватели начали борьбу за здравый смысл и удобство. Американские дизайнеры разработали новый фасон джинсовых брюк с так называемой «средней» талией [2]. Этот пример ярко показывает отторжение определенного вида (как зрительного образа, несущего неприемлемую агрессивную нагрузку) одежды большей частью социума в виду слишком большой индивидуальной свободы самовыражения отдельной его части, следовательно, культура одежды цензурируется и законодательным путём закрепляется обще-

ством (в лице государства). В тоже время нижняя палата французского парламента одобрила запрет на ношение паранджи в общественных местах. Как неоднократно заявлял президент Франции Николя Саркози, паранджа противоречит культурным ценностям французов и их представлению о достоинстве женщин. Против закона выступили французские социалисты, которые считают такого рода запреты дискриминацией. Говоря о «культурных ценностях французов» подразумевают весь культурный исторический пласт французской нации, основанный на традициях и современном понимании функциональной целесообразности одежды, одновременно учитывающей такой фактор как физическую безопасность членов общества. В апреле за полный запрет на ношение в общественных местах паранджи проголосовала нижняя палата бельгийского парламента, а в мае вице-президент Европарламента Сильвана Кош-Мерин призвала ввести полный запрет на ношение паранджи на всей территории Евросоюза. Наряду с этим в Европе отмечены попытки запретить любую религиозную атрибутику. В 2004 г. во Франции был принят закон, запрещающий ношение в государственных средних школах религиозной одежды и символов (в том числе мусульманских головных платков, иудейских кип, индуистских тюрбанов и христианских крестов большого размера). Административный совет бельгийского города Шарлеруа в 2010 г. ввел запрет на ношение в муниципальных школах не только религиозных, но и политических, философских и религиозных атрибутов.

Вопрос о визуальной культуре одежды, возможности ее реализации в современном обществе стоит достаточно остро. Одежда представляется в современном мире определенным маркером для дальнейшей социальной адаптации в социуме носителей иной культурной традиции. Эта проблема актуальна и для России. Если СССР был первой страной, которая предоставила женщинам равные с мужчинами права, то сейчас в ряде регионов российского Северного Кавказа ультраконсервативный салафизм теснит более либеральную и веротерпимую версию ислама. Одним из зримых свидетельств радикализации религиозной и общественной жизни региона становится «переодевание» женщин Северного Кавказа в нетрадиционную для местной культуры арабскую одежду. В Чеченской Республике нередки случаи обстрела из пейнтбольных ружей женщин, появляющихся на улицах без платка на голове. Разумно ли ограничивать право человека на демонстрацию своей ре-

лигиозной принадлежности? Российские парламентарии высказались против запрета на демонстрацию верующими своей религиозной принадлежности и против принуждения женщин к ношению религиозной одежды. Политики призвали при решении этой проблемы помнить о правах человека и местных традициях. Заместитель председателя Комитета Госдумы по собственности, член фракции «Единая Россия» Юрий Медведев считает: «Это связано либо с появлением некоей псевдокультуры и подражанием чужим традициям, либо с попытками радикализировать свою религию».

Между тем, как отметил Ю. Медведев, навязываемая, искусственным путем, радикализация веры приводит к подавлению психики у одних и к усилению агрессии у других. С пониманием относится к решению французских законодателей о запрете ношения в общественных местах женской мусульманской одежды член комитета Госдумы по вопросам семьи, женщин и детей, член фракции ЛДПР Елена Афанасьева. «Это лишний раз свидетельствует о том, что Франция последовательно отстаивает свои национальные интересы», – заявила депутат. По ее словам, примеру французов могли бы последовать и другие европейские страны, но они «пока еще боятся нарушить принципы пресловутой толерантности». Афанасьева признала, что в ряде национальных республик РФ существует реальная проблема, связанная с принуждением женщин к ношению мусульманской одежды. «Подобная ситуация недопустима, когда на дворе XXI век», – убеждена парламентарий. В связи с этим она считает, что государство «обязано вмешиваться, в том числе законодательным путем, в любые случаи ущемления прав и свобод своих граждан». При этом, как отметила политик, «... моральным унижением нельзя заставить человека уважать те или иные традиции или религию. Выбор одежды и прочей внешней атрибутики – это сугубо добровольное дело, так же, как и выбор вероисповедания» [3].

Вокруг культуры одежды и ее визуального восприятия разными слоями общества порой разгораются нешуточные страсти, политические дебаты философские споры. Одежда – один из факторов повседневности. Повседневность – область социальной реальности, целостный, социокультурный жизненный мир, предстающий «естественным», самоочевидным условием жизни человека. Это нечто привычное, рутинное, создающее человеку зону комфорта. Понятие повседневность возникает в момент становления челове-

ка, во время выхода его из природы (формирование самосознания) и приобретения знаний методом проб и ошибок. В этот период формируются знания о питании, одежде, общении, то есть конструируется ближний мир. Повседневность является продуктом социального конструирования связей с историей, индивид предстаёт в ней носителем социальных реалий, определенных временем. Типичность, а не индивидуальность определяется развитием социума в определенном временном промежутке. Это непосредственно относится к визуальной культуре одежды. Вопрос ношения индивидом одежды переходит из сферы личного решения в область политических решений и становится одним из основных аспектов социальной жизни общества. В XX в. визуальность начинает действовать прямо и непосредственно, а XXI в. – век визуальной культуры. Для оценки смысла визуальной формы не принципиально в каком культурном «поле» находится оцениваемое: в «поле» искусства или жизни, человеческого или природного. Достаточно того, что визуальная форма имеет границы и может быть воспринята в них как автономное целое (обособленная целостность), имеющая свой объективный эстетический смысл и представляющая часть общей визуальной культуры.

Понятие «культура» употребляется сегодня во множестве значений, но, несмотря на кажущееся разнообразие определений, есть некоторые общие позиции, которые присутствуют или ясно подразумеваются в каждом из таких определений. Исходные общие представления, существующие в культурной антропологии, не дают ответа на вопрос «что в реальности есть культура?», но налагают ограничения на процессы и явления, включаемые в сферу изучения, служат основанием для поиска и интерпретации связей между материальными и идеальными толкованиями человеческих действий на уровне микро и макровременных процессов социокультурной жизни. С этой точки зрения понятие «культура» подразумевает не теорию или модель, позволяющую поступательно двигаться к «правильному» объяснению человеческих феноменов, но такое теоретическое поле для их толкования, которое предупреждает неадекватный редукционизм либо только к материальным, либо только к идеальным феноменам [4, с. 18-20].

В современном обществе ряд проблем культуры и профессиональной жизни требуют от человека специальной визуальной образованности, теоретическое осознание визуальной действительности пока является достоянием

небольшой группы ученых, остальные люди, видя окружающий мир, не подозревают о визуальных законах своего восприятия и поэтому сознательно не строят свое «визуальное поведение». Внешний мир явлен чувствами и, пройдя через них, подвергается осмыслению. Вследствие чего встает вопрос об общей визуальной культуре, включающей в себя множественные составляющие, одной, из которых является визуальная культура одежды. Под культурой понимается содержание социальной жизни людей. На то, что категория «культура» акцентирует содержательный аспект совместного существования людей, указывал еще Ч. Моррис. В его работах постоянно присутствуют свидетельства того, что одни и те же «естественные» процессы (например: отношения полов, ношение одежды и т. д.) в разных обществах имеют разные внешние социально санкционированные формы. Члены одного и того же общества, существующие в рамках одних и тех же социальных структур, могут ориентироваться на различные эталоны поведения, действий, взаимодействий, оценок [5, с. 205]. Культура одежды, являясь содержательным аспектом взаимосуществования людей, показывает различные эталоны для социальных групп и субкультур. Сторонники концепции культурной системы – Л. Уайт, К. Клакхон, А. Кребер и другие говорили об обществе как о структурном аспекте рассмотрения совместной жизни и деятельности людей, а о культуре – как о содержательном наполнении этой структуры. Визуальная культура наполняет содержание этой структуры зрительными образами и делает восприятие объектов более ярким и запоминающимся, то есть содержит характеристики запоминания и трансляции. Культура одежды – визуально значимая часть этого процесса. Многие культурологи отмечали, что культура материализуется в многочисленных объективированных формах прошлого и настоящего, но ее реальное существование проявляется только во взаимодействии, информационном содержательном обмене между людьми. Это означает также, что каковым бы ни было происхождение культурных объектов, понятие подразумевает, что речь идет о социальном, а не об индивидуальном специфичном явлении.

Визуальная культура одежды включает в себя вещи – одежду. Предметный мир культуры всегда был основным материалом для ее изучения. В археологии даже сложился специальный термин «материальная культура», обозначающий разного рода строения, орудия труда, одежду, предметы быта и т.п. Ви-

зуальная культура представляет материальную культуру, тесно с ней связанна, способствует продвижению продукта материальной культуры и человеческих отношений. В свое время Дж. Хонигман при определении культуры выделял два рода явлений. Во-первых, социально проявляется в содержательно-информативном обмене между членами сообщества. Визуальная культура так же включает в себя образцы стандартизованного поведения в сообществах. Во-вторых, материальные продукты групповой активности [6]. Культурные образцы, в данном контексте – костюм, могут носить характер реальных действий и отношений или же воображаемых представлений – инсталляции, перформансы, составляющими которых являются предметы одежды. Как отмечал Л. Уайт, «культуру следует объяснять в специфичной для этого терминологии. И сколь бы парадоксальным это ни казалось, непосредственным объектом изучения человечества оказывается вовсе не человек, а культура (визуальная культура, сотворенная по творческим образам и визуализированная с использованием спецэффектов). Наиболее реалистичной и научно-адекватной интерпретации культуры можно достичь, лишь отвлекаясь от существования человека и обращаясь к продуктам его деятельности [7, с. 141].

Культура включает в себя символические объекты, в том числе ценности и нормы. В свое время, определяя понятие «культура», А. Кребер и К. Клакхон писали: «Культура состоит из эксплицитных и имплицитных норм, определяющих поведение, осваиваемое и опосредуемое при помощи символов; она возникает в результате деятельности групп людей, включая ее воплощение в средствах. Сущностное ядро культуры составляют традиционные (исторически сложившиеся и акцентуированные) идеи, особенно те, которым приписывается особая ценность. Культурные системы могут рассматриваться, с одной стороны, как результаты деятельности людей, а с другой – как ее регуляторы» [8]. Что хорошо объясняет духовные ценности и поведенческие нормы, сохраненные и транслируемые визуальной культурой одежды, учитывающие культуросообразность одежды, как результат деятельности людей, и как регулятор взаимоотношений в обществе. В свою очередь Гудинаф полагал, что «культура общества состоит из того, что необходимо знать и во что необходимо верить его членам, чтобы действовать взаимоприемлемым способом и исполнять любые значимые для них роли» [9, С. 36]. Это положение особенно значимо при рассмотрении важности знаковости народного ко-

стюма для членов общества. Вещи определяют ценности и пространства, общественные и культурные категории, позволяют прочесть время. Вещи говорят, и многое рассказывают о том, кто мы и кем хотели бы быть.

Визуальность – это не то же самое, что зрение; она возникает там, где визуальные медиа и чувственное восприятие пересекаются, где взгляд встречается желание. Визуальность является характеристикой современного взгляда, как его впервые сформулировали импрессионисты, отслеживая изменения в облике Парижа-столицы на протяжении 1860-х гг. Их полотна отражали то, как изменения в способе производства заново формировали инфраструктуру урбанистической ткани города и оказывали глубокое воздействие на жизнь его обитателей. Визуальность предполагает прозрачность, подразумевая, что все события в сфере публичного реальны и доступны всем наблюдателям. По словам теоретика культуры, Ирит Рогофф: «Мы активно взаимодействуем с образами со всех площадок, чтобы воссоздать мир в форме наших фантазий и желаний и рассказать истории, которые мы несем в себе» [10]. Это высказывание характеризует мир моды – мир визуализированной рекламы одежды. Человеку практически необходимо гораздо меньше одежды, чем ему еже сезонно предлагается индустрией моды, но визуализированная страсть новых перевоплощений, посредством смены костюма, влечет к новым интерпретациям образа посредством костюма. Развиваясь, визуальная культура опирается на новые технологии и желания людей им следовать.

Мода предполагает присутствие публики, которая одновременно является и зрителем, и объектом наблюдения. Система моды основана на визуальности. Это понятие необходимо для потребления моды, но часто недооценивается при ее интерпретации. «...Публика – отражение повседневной жизни – забывает о границах зрительного зала и отныне живёт и дышит одним лишь произведением искусства, в котором видится ей сама Жизнь, а сцена будто бы вбирает в себя всю протяженность Мира» [11]. Слова великого музыканта удивительно раскрывают отношения не только между слушателем и музыкой, но и между человеком и его «второй кожей» – одеждой. Недаром звуки визуализируются с цветом, формой, объемом передаваемого образа, так же костюм живет и перевоплощается за счет цветовых решений, новых формообразований.

Индустрия моды использует медиа-технологии (телевизионные камеры, спутники цифровые камеры т.д.), чтобы создать желание быть заметным, быть видимым и даже стать объектом слежения. По мере того как в мире моды тело становится все более востребованным объектом мониторинга, создается параллельная культура самонаблюдения, в которой отдельные люди сами следят за собой, чтобы контролировать свое положение в социальном контексте. Помимо собственно эстетической роли, связь моды с визуальностью осуществляется через ее способность скрывать и обнажать, прятать и наблюдать. мода есть форма маскировки в системе перемещения образов в поле зрения, обнажающая и скрывающая, отчасти реальная, отчасти иллюзорная. Эти образы разворачиваются как в кино, кадр за кадром, по мере того как предметы одежды перемещаются в пространстве и кинестетически прикрепляются к своему окружению [12, с.185].

Движение передает визуальность через поле чувственно воспринимаемого – присутствия и тактильности; в противоположность отсутствующему телевизионному взгляду. Это порождает территорию обмена, на которой пространство занято как телом, так и взглядом. Социальная жизнь все больше контролируется и позиционируется через визуальную культуру восприятия. «Видимость – ловушка» – эта фраза М.Фуко как нельзя лучше показывает иллюзорность зрительного восприятия [13]. Порой мы видим то, что нам хотят показать/навязать, и подсознательно соглашаемся и принимаем как увиденное нами. В ситуации постмодерна, когда культура трактуется как текст, перегруженный знаками, образами, сигналами, происходит замена объектов действительного мира знаками. Мир понимается как текст, а текст как действительность. Такие формы становятся комбинаторными моделями, не имеющими ни предметного денотата, ни ауры воображения. Они остаются игрой ради игры, не имея смысла. Поэтому современность характеризуется как эра тотальной симуляции (Ж. Бодрийяр). Художественная реальность заменяется конструированием псевдо-вещей, артефактов, объектов незаинтересованного восприятия.

Визуальная культура предстает перед человеком как смысловой мир зрительных образов, который вдохновляет людей и сплачивает их в некоторое сообщество (нацию, религиозную или профессиональную группу и т. д.). Этот визуально смысловой мир передается из поколения в поколение и опре-

деляет способ бытия и мироощущения людей, служит базой для дальнейшего творческого развития и реализуется в продукте материальной культуры (в исследуемой теме – в различных видах одежды). Объединяя и вдохновляя людей, визуальная культура дает им не только общий способ постижения мира, но и способ взаимного понимания и сопереживания, язык для выражения тончайших движений души посредством зрительных образов. Визуальная культура одежды, таким образом, является социально значимым аспектом жизни современно общества.

### *ЛИТЕРАТУРА*

1. Емельянов Ю.Н. Введение в культурантропологию. СПб, 1992.
2. Царегородцева И. Джинсы против здравого смысла. [http://www.kontinent.org/article\\_rus\\_46ead95a7e627.html](http://www.kontinent.org/article_rus_46ead95a7e627.html)
3. Климов А.А. <http://www.klimow.ru/2010/07/14/154.html>
4. Орлова Э.А. Введение в социальную и культурную антропологию. М., 1994.
5. Morris C. Signs, Language and Behavior N. Y., 1946.
6. Honigman Y. Y. Culture and Personality. N. Y., 1954.
7. White L. The Science of Culture. N. Y., 1949.
8. Kroeber A.L., Kluckhohn C. Culture. A Critical Concepts and Definitions // Papers of Prabody Museum of American Archeology and Ethnology. 1952.
9. Goodenough W. Cultural anthhropology and linguistics // Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology. N. Y., 1964.
10. Rogoff, I. Terra Infirma: Geography's Visual Culture. London, 2000.
11. Packer R., Jordan K. Multimedia: Form. 2001.
12. Брэдли Куин Мегалополис, творимый модой. Теория моды // Новое Литературное обозрение. № 18 (2010-2011).
13. Фуко М. Надзирать и наказывать. М., 1999.

## LITERATURE

1. Emel'yanov Yu.N. Vvedenie v kul'turantropologiyu. SPb, 1992.
2. Caregorodceva I. Dzhinsy protiv zdravogo smysla. [http://www.kontinent.org/article\\_rus\\_46ead95a7e627.html](http://www.kontinent.org/article_rus_46ead95a7e627.html)
3. Klimov A.A. <http://www.klimow.ru/2010/07/14/154.html>
4. Orlova E.A. Vvedenie v social'nuyu i kul'turnuyu antropologiyu. M., 1994.
5. Morris S. Signs, Language and Behavior N. Y., 1946.
6. Honigman Y. Y. Culture and Personality. N. Y., 1954.
7. White L. The Science of Culture. N. Y., 1949.
8. Kroeber A.L., Kluckhohn S. Culture. A Critical Concepts and Definitions // Papers of Prabody Museum of American Archeology and Ethnology. 1952.
9. Goodenough W. Cultural anthhropology and linguistics // Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology. N. Y., 1964.
10. Rogoff, I. Terra Infirma: Geography's Visual Culture. London, 2000.
11. Packer R., Jordan K. Multimedia: Form. 2001.
12. Bredli Kuin Megapolis, tvorimyi modoi. Teoriya mody // Novoe Literaturnoe obozrenie. <sup>1</sup> 18 (2010-2011).
13. Fuko M. Nadzirat' i nakazyvat'. M., 1999.

***Северо-Кавказский научный  
центр ВШ ЮФУ***

***17 февраля 2012 г.***