

Библиографический список

1. Мамардашвили М. К. Эстетика мышления. М., 2000.
2. Хайдеггер М. Работы и размышления разных лет. Пер.с немецкого А.В. Михайлова. М., 1993.

Т. А. Логиновских

Философия моды: основные идеи и принципы

Понятие «философия моды» всё увереннее входит в язык описания и демонстрации дизайнерами своих результатов творческого труда. Поэтому необходимо начать с определения «философия моды». На наш взгляд, сущностной основой данного понятия является мировоззренческий аспект, который определяет смысл и содержание предмета исследования; теоретико-методологический аспект, интерпретирующий принципы построения всех этапов дизайна одежды; социокультурный, обосновывающий феномен моды как в духовном, так и историческом плане. Философия моды – это осмысление и понимание моды как целостного процесса, «встроенного» в ткань общественных отношений, социальных связей, коллективных и личностных взаимодействий, общества в целом. Философия моды задает дизайнеру общее представление о природе модного образца, детерминированного объективными условиями существования моды как социального феномена: экономическими, финансовыми, экологическими, политическими, культурными и другими. Философия моды формирует идеологию дизайнера как субъекта познавательной и творчески преобразующей деятельности, объективированной в эстетически оформленных образцах одежды либо других продуктах модного дизайна. Поэтому философия моды помимо мировоззренческого аспекта содержит аксиологическое видение мира моды как ценностного феномена. Аксиологический аспект философии моды онтологически выражен в эстетической функции моды, отражая стиль, вкус, внешнюю форму, поведение субъекта в социальном пространстве, отношение его к другим субъектам и к себе самому. Философия моды акцентирует внимание на субъектных качествах личности как способах самовыражения, самореализации, самоуверенности, самотворчества, что позволяет резюмировать о том, что мода – антропоцентрична по своей сути.

Мы определили предмет философии моды – моды как социокультурного феномена. Мода – многозначное явление, отсюда большое количество дефиниций моды. Понятие «мода» происходит от латинского «modus» (мера, способ, образ, правило, норма); в свою очередь латинский вариант – от

санскритского «madh» (мерить, взвешивать). Латинское «modus» использовалось философией XVII – XVIII веков как понимание чего-либо преходящего, как свойство материи, предмета. Отсюда очень важное указание на меняющийся, развивающийся принцип в моде, и далее следует акцент на формирование нового качества или качеств, которые в своём движении образуют другие формы предмета, сохранив при этом полезные свойства и отношения.

На наш взгляд, сущностным свойством моды является инновация как качество, приобретённое в процессе творческого осмысления субъектом своего объекта исследования, философской рефлексии мира моды как части той реальности, в которой он осуществляет свою деятельность. От философской рефлексии к творчеству дизайнера одежды его (субъекта познания) приблизит «свобода мышления» (Г. В. Гегель) т. е. такой уровень сознания, когда дизайнер одежды приобретает способность творить самостоятельно, индивидуально, между тем, руководствуясь в своей деятельности общефилософскими принципами и идеями. Один из авторов, имеющим отношение к философии моды является Вальтер Беньямин (1892–1940), немецкий философ и историк культуры, непосредственно предвосхитивший некоторые идеи философского постмодернизма. В его философском творчестве соединены идеи марксизма в духе франкфуртской школы и иудаизма. Этот синтез идей Беньямин в качестве теоретико-методологической основы использует при анализе различных явлений культуры. Для него произведения искусства в принципе всегда были воспроизводимыми, их даже механическое воспроизводство представляет нечто существенно новое. Даже в самой совершенной копии отсутствует то, что отличает оригинал: его неповторимое присутствие в определённой точке времени и пространства. Идея «воспроизводства» В. Беньямина была использована представителем современного постмодернизма Ж. Бодрияром для анализа политической экономики, её обособленности от сферы экономики [2, с. 42 – 43]. Для нас важно подчеркнуть, что Беньямин понимал сущность моды как вечное возвращение нового, что отвечает нашим представлениям о моде как инновационном процессе.

И. Кант – выдающийся мыслитель немецкого Просвещения в работе «О вкусе, отвечающем моде» подчеркивает отсутствие в моде пользы, считая моду в некоторой степени глупостью, ибо главное свойство моды – подражание. С точки зрения философа, закон этого подражания (стремления) казаться не менее значительным, чем другие, не принимать во внимание какую-либо

пользу, именно это называется модой. Кант увидел в подражании отрицательный аспект моды. На самом деле, это далеко не принуждение, и не рабская зависимость от примера, а скорее закон моды, демонстрирующий весьма важные функции моды: интеракционную (как средство согласования действий, способ взаимодействий) и коммуникативную как обмен информацией о моде между её создателями и теми, кто будет её реализовывать в обществе. Создавая философскую систему теории познания высочайшего абстрактного уровня. Кант часто обращается к анализу конкретных социальных явлений, к числу которых относится и мода. Значение идей о моде, сформулированных великим философом состоит в том, что он указал на онтологический статус моды как отдельно взятого социального феномена, имеющего атрибутивные свойства и отношения. Укажем еще на одно из свойств, имеющее в современном мире моды важнейшее методологическое значение: непостоянство моды. Действительно, с точки зрения философии моды, мода выступает как важнейший модус социокультурного бытия личности, мода становится антропогенным механизмом развития личности, частью его внутренних потребностей и интересов. Отсюда и появление того подражания, о котором говорил Кант. Непостоянство моды – это результат движения интересов и потребностей человека к другому уровню бытия человека и социума в целом, это изменение формы и содержания, это стремление к эталону, к совершенству, это творческое преобразование самой личности, движение к самодостаточности и самоуверенности.

В истории философии имя Г.В.Ф. Гегеля обладает столь же магической силой восхищения, как и имя И. Канта. Философская система Гегеля очень сложна и является вершиной немецкого Просвещения. Но и здесь мы находим интересные мысли о моде. Гегель размышляет о влиянии моды на нравы, о стремлении человека нравиться и благодаря этому стремлению возвыситься над себялюбием первобытного человека. Мы полагаем, что великий немецкий философ сформулировал те принципы философии моды, которые значительно расширили наше представление о моде как социальном феномене, укоренённости моды в глубинах человеческой истории, культуры. Гегель обосновывает тезис о духовно-нравственных основах деятельности в области моды, о взаимовлиянии моды и нравственности, моды и внутреннего желания нравиться, что, безусловно, обуславливает престиж человека в обществе и порождает престижную функцию моды. Очень важным является утверждение великим мыслителем гуманистического отношения к другому человеку через призму собственных интересов, и это отношение определяет мода.

В философской системе великого немецкого мыслителя мода как духовно-нравственный феномен есть проявление субъективного духа, его высшая форма сознания и самосознания. Ведь всемирная история, по словам Гегеля, есть вообще проявление духа во времени, «высшее достижение для духа заключается в том, чтобы знать себя, прийти не только до самосозерцания, но и до мысли о себе самом» [1, с. 543].

В эпоху постмодернистской реальности интерес к моде как социокультурному феномену определяется самой идеологией постмодернизма и структурализма. Обратимся к творчеству Ролана Барта (1915 – 1980), французского литературоведа и философа, одного из ярких представителей структуралистской традиции, заключающейся в принципах и методах обоснования знания, проблемах языка, языковой деятельности. Фундаментальная для структурализма тема обоснования знания разрабатывается Бартом на материале культурно-исторического содержания. Подвергая анализу конкретные исторические «срезы» этого материала, а таковым выступает и сугубо литературное творчество, и системы моды, этикета, различные социальные структуры, Барт пытается выяснить общие механизмы порождения и функционирования этих систем, причем в таком виде, чтобы все эти явления культуры выглядели связанными друг с другом через их исконно знаковую природу [2, с. 22 – 24].

Интерес к различным культурным источникам анализа привёл Барта к исследованию структурных особенностей женской одежды в журнале мод 1958 – 1959 годов. Основной пафос работы «Система моды» состоит в выявлении взаимной конверсии различных типов творчества и производства: языка фотографии, языка описания, языка, языка технологий производства. Барт пытается найти особую область общения этих языков, пытается выяснить возможность перехода элементов одних языков в другие. Благодаря этой методологической установке Барту удается обнаружить равнозначные зависимости между языками выделенных типов, а также ментальную конструкцию, лежащую в основе «семиологического парадокса», – следствия этой неравнозначности. Барт поясняет, что общество, постоянно переводя элементы «реального языка» – по сути своей «вещи» – в элементы речи или знаки, пытается придать элементам означивания рациональную природу. Таким образом, полагает Барт, возникает парадоксальная ситуация превращения вещей в смысл и наоборот [2, с. 24].

Концепция Барта демонстрирует структурную сложность моды как культурного феномена, взаимосвязь и взаимодействие всех её элементов как внутри самой моды, так и в системе мода – общество.

Мы рассмотрели некоторые подходы философско – мировоззренческого осмысления моды как системно–структурного явления в пределах социального пространства и исторического времени. Остановимся на некоторых особенностях моды как предметной области и её функциональных свойствах.

Выделяют первичные ценности моды: современность, универсальность, демонстративность, игра (мода является эвристической творческой деятельностью, стимулирует поиск нового). К вторичным ценностям моды относятся: социальное равенство или элитарность красоту или комфорт (удобство). Вторичные ценности определяют отношение к миру, к обществу, к природе, к социальным институтам, к самому себе и составляют содержание мировоззренческого аспекта философии моды.

Мода как предметная область философских изысканий может быть рассмотрена, прежде всего, со стороны её аксиологической сущности, так как мода выражает отношение субъекта к реальности через призму фундаментальных человеческих ценностей, занимающих одно из приоритетных мест в жизнедеятельности субъекта. Отсюда мы можем констатировать, что мода имеет одну из важнейших функций – это аксиологическая. В моде субъект выражает свои субъект-субъектные качества, точнее мода помогает субъекту объективировать свои внутренние желания, интересы, мечту, полёт мысли с большей уверенностью и самоуверенностью, решительностью, напористостью, твердостью; обрести чувство свободы как принципа, регулирующего жизненные поступки и действия и иницирующего на дальнейшие инновационные исследования.

На наш взгляд, феномен моды – это тип инновационной деятельности, выраженный в различных формах познавательной, эвристической, антропологической, эстетической направленности. Мода – это социальный эксперимент в обществе и культуре, поиск нового, более совершенного по сравнению с предыдущими культурными образцами. Диалектика традиционного, устаревшего и зарождение нового, качественно иного характеризует инновационный механизм моды. Моду в обществе определяет её социальный и социологический статус. С одной стороны, мода как социальный институт должна чуть отставать от духовного развития мыслей, устремлений, идей, желаний субъекта, с другой – мода всегда устремлена в будущее. Философское осмысление моды снимает данное противоречие путём отрицания

первого суждения, так как мода – это только движение к новому, только стремлѐнность в будущее, только приращение нового качества. Основанием для развития в проблемном поле моды могут быть как прежние, традиционные культурно-исторические образцы и эталоны, но на новом уровне развития, так и совсем не исследованные, новаторские идеи и принципы.

Это сущностное понимание модных тенденций определяет и функциональное существование моды в её инновационной форме, а также язык моды, представляющий систему постоянно меняющихся, вариативных терминов и понятий. Инновационная функция моды является основным механизмом развития не только модных тенденций как конкретно-социальных структур в обществе, но и механизмом развития общества в целом, как индикатор его экономического, социального, культурного развития. мода развивается там, в таком социуме, где достаточно высоко представлены технологии экономические, финансовые, энергетические, экологические. В таких странах, как Франция, Италия, США мода не только социальный институт, но и серьёзный экономический бизнес, двигатель прогресса. Поэтому многие исследователи моды совершенно справедливо придают моде экономическую функцию, при этом подчеркивают её регулирующее положение в обществе в плане потребительского рынка, где вырабатываются социальные образцы и стандарты потребления.

Еще на одной особенности моды хотелось бы остановиться. Можно ли считать моду элитарной формой искусства, творческой деятельности, потребления и т. д.? Или мода – это массовое средство потребления, коммуникации, массового сознания? Ответить на этот вопрос нам представляется достаточно непросто, мы полагаем, что наиболее адекватным ответом на данную дилемму будет положение о диалектическом единстве первого и второго. Безусловно, мода – элитарна в том смысле, что её создают дизайнеры – художники, люди, наделѐнные талантом, воображением, полѐтом мысли, эстетическим вкусом, чувством стиля, образованностью. Всё это определяет высокий уровень творчества в индустрии моды, выражает богатство внутреннего потенциала её создателей и, главное, наличие теоретической и профессиональной подготовки. В философско-познавательном плане речь идёт о теоретическом уровне общественного сознания, который отражает глубинные социальные связи и отношения. С этой позиции мы, безусловно, вправе говорить об элитарной сущности моды.

На уровне массового сознания или массовой психологии мода объективируется в различные формы и стили повседневной жизни, тиражируя

то неповторимое, эксклюзивное, которое было создано на уровне теоретическом. Онтологический статус моды в повседневности существенно меняется, приобретая стили, вкусы, формы, многократно повторяющиеся в социальных группах и различных общностях. Для этого уровня характерно подражание и типизация как модусы единого модного, системного процесса. Эстетизация как качество элитарной моды существенно теряет свои особенности, приобретая черты обыденности и массовости.

Таким образом, философия моды открывает перед нами целостный мир эстетического, познавательного, инновационного, эмоционально - психологического, экономического, социокультурного видения и понимания мира. Мода осознанно или неосознанно преобразует мир и самого человека, поднимая планку человеческой идентификации до уровня самоуважения, самосовершенствования, самотворчества, самоудовлетворённости.

Библиографический список

1. Гегель Г. В. Феноменология духа. Философия истории. М., 2007.
2. Постмодернизм // Новейший философский словарь. Минск, 2007.

А.С. Максяшин

Декоративно-прикладное искусство: к вопросу о его сущности

Автором этой статьи затрагивается вопрос, который связан с поиском ответа на вопрос понимания сущности *декоративно-прикладного искусства*. Существующие универсальные смыслы декоративно-прикладного искусства заключены в философской, психологической, педагогической, исторической, искусствоведческой литературе. Понимание сущностных ценностей декоративно-прикладного искусства дает неопределимую возможность правильного использования этого термина в жизненной практике. В первую очередь, особенно это важно для тех, кто работает в системе образования и для которых процесс постижения основ художественной культуры и искусства является значимым. На основе педагогического принципа культуросообразности возможно осуществление такого подхода в осознании сущности декоративно-прикладного искусства, для чего важно рассмотреть структуру декоративно-прикладного искусства.

Этот вид искусства имеет множество определений. Так одной из его особенностей является неотъемлемая часть сложного по своей сути *декоративного искусства* – общего понятия, охватывающего все виды художественной деятельности людей, вносящего красоту в обыденную