

20. Russian Federation (2022) *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF № 2290-p ot 17.08.2022 g.* [Resolution of the RF Government 2290-p of 17.08.2022]. [Online] Available from: <http://government.ru/docs/46294/> (Accessed: 02.06.2025).

21. Russian Federation (2024) *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki* [Federal State Statistics Service]. [Online] Available from: <https://rosstat.gov.ru/> (Accessed: 02.06.2025).

22. Belysh, K.V. (2015) Rol' nastavnichestva v razvitii korporativnoy kul'tury predpriyatiya [The Role of Mentoring in Developing Corporate Culture]. *Sovremennye tendentsii v ekonomike i upravlenii: novyy vzglyad – Modern trends in economics and management: a new look*. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nastavnichestva-v-razvitii-korporativnoy-kultury-predpriyatiya> (Accessed: 05.06.2025).

23. Denisov, N.G. (2018) Regional'naya mnogourovnevaya sistema nepreryvnogo khudozhestvennogo obrazovaniya: opyt i perspektivy [Regional multi-level system of continuous art education: experience and prospects]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural life of the South of Russia*. 3 (70). pp. 7–11.

24. kgik1966.ru (2025) *Tsentр nepreryvnogo obrazovaniya i povysheniya kvalifikatsii tvorcheskikh i upravlencheskikh kadrov v sfere kul'tury Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* [Center for continuous education and advanced training of creative and management personnel in the field of culture of the Krasnodar State Institute of Culture]. [Online] Available from: <https://cnoipk.ru/> (Accessed: 05.06.2025).

25. kgik1966.ru (2025) *Ustav Tsentra prototipirovaniya “Tsentр ispolnitel'skikh iskusstv”* [Charter of the Prototyping Center “Performing Arts Center”]. [Online] Available from: https://kgik1966.ru/sveden/files/Pologhenie_Centr_prototipirovaniya (Accessed: 05.06.2025).

УДК 130.2:687.01

DOI: 10.24412/2070-075X-2025-2-31-37

Н.Г. Денисов, Ю.С. Сайфиева

СОВРЕМЕННАЯ МОДА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: СТАНОВЛЕНИЕ И ТРАНСФОРМАЦИИ

Мода является комплексным социокультурным явлением, охватывающим глобальное пространство и подверженным изменениям в контексте культурно-исторической эволюции. Она выступает значимым индикатором социальных и культурных трансформаций, оказывая существенное влияние на динамику общественного развития. В статье осуществлен анализ генезиса моды как мультидисциплинарного социокультурного феномена, включающий исследование ключевых концепций и методологических парадигм, определяющих функционирование современной модной системы. Особое значение придано исследованию взаимосвязей моды с социокультурной средой, ее роли в современном культурном дискурсе и специфике технологических процессов в индустрии моды.

Ключевые слова: мода, одежда, костюм, феномен моды, культурология, коммуникация, социокультурное пространство, трансформация.

Генезис феномена «мода» представляет собой эмерджентный и многокомпонентный процесс, обусловленный комплексом разнородных факторов. Исследование детерминант формирования моды затруднено мультифакторной природой данной системы. Мода имеет как эндогенные, так и экзогенные причинно-следственные отношения, что

в целом соответствует закономерностям историко-культурного развития [1. С. 14]. Между тем она носит переменный характер и не всегда движется в русле социально-политических установок, определяемых государством и обществом.

Факторы, детерминирующие моду, отличаются многообразием и включают в себя широкий спектр культурных достижений, традиций, психологических особенностей индивидов и социальных групп; она подвергается влиянию войн, экономических кризисов, социальных катаклизмов, религиозных идеологий, научно-технологических прорывов, смены общественно-государственных формаций [2. С. 238]. Эти обстоятельства формируют сложную динамическую систему, в которой изменение одного компонента порождает целый комплекс других трансформаций.

Целью исследования в данной работе является анализ моды как актуальной и многогранной социокультурной проблемы, остро нуждающейся в методологических подходах с точки зрения феноменологии. В этой связи в современных условиях многоаспектной задачей является исследование феноменологического дискурса моды, базирующегося на социокультурных основаниях по следующим полифункциональным измерениям: историко-культурологическом, социально-детерминированном, эконометрическом, эстетическом, этическом, коммуникативном, технологическом, инструментальном и в целом системном, раскрывающим этнокультурное и цивилизационное разнообразие ареала народов мира [3. С. 95].

Феноменология, как учение о явлении, имеет немало трактовок среди представителей различных философских школ. В нашем исследовании к пониманию смысла «моды» ближе всего находится «интенциональный» метод Э. Гуссерля, который с культурологической точки зрения представляет интенцию (направленность) «полаганием» человека о том, что встречается ему в жизни и определяется его сознанием [4. С. 27]. В интегральной взаимосвязи с историко-культурным методом, раскрывающим многофункциональную сущность моды во времени и социокультурном пространстве, она по совокупности становится, на наш взгляд, формой общественного сознания [5. С. 341]. В такой диспозиции мода, как феноменологическое явление, «полагает» и конструирование картины мира в поле своего существования и воздействия как на индивидуальном уровне, так и в обобществленных формах материальных и нематериальных ценностей.

Генезис и природа моды, как непрерывный процесс к гармоничному соотношению внешних и внутренних качеств человека и социума, через непосредственное созерцание мироздания восходит к глубокой древности и «полагает» под собой эстетическую социокультурную основу. Эти анналы человеческого самопознания выдающийся русский ученый А.Ф. Лосев в своих «Очерках», осмысливая античную культуру, определил как методологический ориентир. «Я хочу, – утверждал он, – рассмотреть античность как единый культурный тип, и через это единство... я старался угадать стиль пластичности, не обезличивая его аналогиями с позднейшей культурой» [цит. по: 6. С. 125].

Представленный выдающимся деятелем науки стиль пластичности угадывается нами в историко-динамической аналогии с современной модой как феноменом, поскольку эллинский лик с его эстетико-культурологической направленностью значительно повлиял на архитектурный и в целом духовный облик Европы и всего мира, включая Россию, отразившись в колоннадах и обрамлениях дворцов культуры и искусства разных стран [7. С. 158]. В свою очередь античная скульптурная этика и эстетика, изобразительное творчество до сих пор остаются мировой символической парадигмой, заключенной в прекрасном и одухотворенном внешнем и внутреннем образе Аполлона, что позволяет рассматривать моду как перманентный вид искусства [8. С. 63].

Между тем возникновение моды в историко-культурном контексте представляет собой способ и целесообразность выживания социума на заре становления человечества в виде элементарных приспособлений индивида к природно-климатическим усло-

виям животного и растительного миров [9. С. 98]. Такого рода апологетика самосохранения homo sapiens обуславливает первичность телесной защиты первобытного человека от различных воздействий.

Завершение в V веке римского владычества и наступление раннего (V–XI вв.) и позднего (XII–XV вв.) Средневековья характеризуется не только геополитической конфигурацией Европы, но и внешним обликом ее обитателей. Если раннее Средневековье, в отличие от предшествующей эпохи, можно считать «адаптивным» периодом к природным и жизненным обстоятельствам, обусловившим адекватный времени уровень приспособления к ним элементов одежды и предметов быта, то с появлением на европейском континенте в XI–XIII вв. швейного ремесла наблюдается их определенное разнообразие [10. С. 101].

К этому же периоду часть исследователей относят и возникновение в одежде элементов украшения, что обусловило рождение понятия «мода», получившего отражение прежде всего у аристократии в деталях «костюма», вышедшего за рамки эпохи повседневного использования одежды для практического применения. Субстанциональная дихотомия одежды и костюма продолжалась в течение ряда столетий, когда «одежда» являлась нормативным средством, а «костюм» – динамическим зеркалом образа эпохи, что отражало феноменальное развитие моды вплоть до XVII века – срока правления «короля-солнца» Людовика XVI – наступления, по мнению многих ученых, долголетия в области моды.

Социокультурные трансформации XX века детерминированы общественно-политическими, социально-экономическими событиями и Первой мировой войной, которые привели к распаду трех империй (Османской, Австро-Венгерской, Российской), кардинально изменив прежние концепции и методологические подходы к эволюционному анализу моды по следующим основаниям: антирелигиозному концепту «Бог умер», крушению классовой дифференциации и социальных устоев империй, смене экономической формации и ее бывших элит, мировоззренческому и идеологическому кризисам, утрате морально-нравственных ценностей и правовых критериев, ломке культурных и художественных ориентиров.

Эти революционные нарративы не могли не отразиться на этических и эстетических принципах, образе жизни, внешнем облике и внутренних духовно-психологических качествах личности и общества в целом. Только за первую четверть XX века социокультурные изменения превзошли динамику многих предшествующих столетий. Если в прежние эпохи эволюция данной проблемы имела длительный культурно-исторический период и делилась на древний, средневековый и ново-исторический этапы, то век двадцатый прежние модные стандарты трансформировал, модернизировал, индивидуализировал и унифицировал [11].

Феноменология современной моды второй половины XX и начала XXI вв. актуализируется, на наш взгляд, противоречивым нарративом: с одной стороны, мейнстримом международного переустройства, связанным с итогами Второй мировой войны и духовно-культурным переворотом глобалистской направленности; с другой – политико-экономической обособленностью ряда крупных держав и их союзников, преследующих свои национальные интракорпоративные интересы; с третьей – переходом к многополярному миру, наблюдаемому в настоящее время. В свою очередь, стратегии, тактика и тренды современной моды носят вариативный и переменный характер, в качестве навигатора и индикатора социокультурных трансформаций отражающих ряд характерных интенций; отметим их.

Во-первых, в условиях глобальной экономики сформирована и бурно развивается индустрия моды как инновационное феноменологическое явление, эффективное функционирование которого зависит от материально-технического уровня различных стран. Экономика моды является несущей конструкцией всей индустрии и включает в себя три

основных направления: промышленное производство, во взаимосвязи с торговлей и потреблением, коммуникациями, объединенными в многоотраслевой бизнес-процесс; адекватный ему инструментарий – маркетинг и менеджмент, брэндинг, дистрибуцию, индикативную активность и т.д.; трансляторы модных интенций – рекламу, информационно-коммуникационное обеспечение и иные способы продвижения и популяризации креативной индустрии на местном, национальном и международном уровнях.

Во-вторых, непреходящее значение всегда имело социальное функционирование моды, феноменология которого определяется уровнем общественного развития. В современных условиях оно обладает множественностью форм и типов различных социальных страт: классовых, профессиональных, возрастных, корпоративных, групповых, индивидуальных, массовых, элитных, формальных и неформальных, включающих в себя стандарты, общее, особенное, специфическое, альтернативное, демонстративное, повседневное, праздничное, корпоративное в облике многих дресс-кодов, отражающих многообразные социальные роли человека и целевых групп. Таким образом, мода отражает не только ценностный уровень общества, его морально-нравственный и этический облик, витальную перспективу, но и деградацию индивида или группы людей. Кроме того, она обладает инструментальной возможностью для социального манипулирования, чем нередко пользуются отдельные субъекты в своих корыстных интересах.

В-третьих, в современном фрагментарном и нередко разобщенном социуме культурологический феномен моды гипотетически интегрирует и манифестирует в планетарном масштабе материальные, социально-экономические и духовно-культурные ценности, выработанные человечеством на протяжении всей истории. Эстетическое освоение действительности идейно-художественным влиянием индустрии моды и многонационального искусства выполняет сегодня роль «мягкой» силы по объединению людей различных религиозных и политических взглядов. Такой подход позволяет сегодня выстраивать новую архитектуру многополярного мира по законам истины, добра и красоты, вопреки контркультурному домыслу «когда пушки палят, музы молчат». Философия достижения модных высот во многом зависит от формирования системы по выявлению и творческой подготовке уникальных модельеров, дизайнеров, технологов, художников, кутюрье, других мастеров искусства и создания условий для реализации их неповторимого таланта. Ориентирами служат мировые бренды «Gucci» и «Versace» (Италия), «Dior» и «Chanel» (Франция) и др. т.п. На российском уровне рубежа XX–XXI вв. успешно заявили себя школы таких модельеров, как В.М. Зайцев и В.А. Юдашкин.

В-четвертых, технологическая феноменология моды в условиях непрерывного развития научно-технологического прогресса, углубления информационно-коммуникативных отношений, наступления эпохи искусственного интеллекта становится не только современным трендом, но и связующим звеном вышеприведенных ее интенций: экономических, социальных, культурно-эстетических. Устремленная в будущее модная система охватывает широкий спектр взаимодействий: локальных, национальных, международных, инновационных, креативных, производственных, операционных, экспериментальных, гипотетических, футуристических.

Исследователь моды А.Б. Гофман определяет два вектора ее эволюции: инновационный и циклический. Инновационный вектор предполагает ряд направлений: репрезентация традиций, когда античные и иные формы внешнего облика из прошлого (архаика) экстраполируется в современность; заимствование (плагиат) костюма, как это было с иностранным обликом в эпоху реформ Петра I; имитация исторических или медийных персон (Наполеон, Софи Лорен), а также аристократических фигур; комплексная разработка – креативное конструирование одежды и костюма [12. С. 387]. Феномен модных циклов позиционируется динамикой изменений в стандартах, трансформациях форм, пропорций, моделей.

Техно-феноменология моды включает в себя многообразную социокультурную, конструктивную и стилистическую основу, и это обуславливает развитие инструментальной природы дизайна одежды, разновидность аксессуаров, эстетики материалов и визуальных параметров костюма. Данные атрибутивные паттерны, как и в целом эволюция моды, в перспективе зависят от внедрения элементов цифровизации и современных материалов, интеграции технологических достижений.

Таким образом, философско-исторический анализ становления и развития моды как социокультурного феномена позволяет сделать следующие выводы:

- мода как субстанция является одной из форм общественного сознания, обладающей системностью, комплексностью, переменчивостью;
- динамический феномен моды представляет собой антропологический субъект историко-культурного наследия;
- феномен моды репрезентует поликультурную картину мира, выступая одновременно этноидентификатором и социоинтегратором;
- феноменология моды обеспечивает полифункциональное единство: экономическое, социальное, культурно-эстетическое, технологическое;
- феномен модной динамики выступает во времени и пространстве индикатором социально-культурных трансформаций и диалектическим навигатором перемен;
- феномен моды имеет следующую структуру: агональность (наивысшие достижения), мимезис (воспроизведение модных образов), симулякр (модная атрибутика), индустрия моды;
- социокультурный феномен моды охватывает пространство от локального до глобального, визуально отражает процессы общественного развития, несет собой международную миротворческую миссию.

Литература

1. Гуссерль Э. Идея феноменологии: пять лекций. СПб.: Гуманитарная академия, 2023. 320 с.
2. Глобальные проблемы и общечеловеческие ценности / сост: Л.И. Василенко, В.Е. Ермолаева. М.: Прогресс, 1990. 495 с
3. Этерлей Е.Н., Кузнецова О. Д. Неизвестное о известном (рассказы о словах). Л.: Наука, 1999. 152 с.
4. Киреева Е.В. История костюма. М.: Просвещение, 1970. 165 с.
5. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
6. Дудникова Г. История костюма. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 404 с.
7. Оконкво У. Брендинг в моде класса «люкс»: Мастерство создания и управления. Минск: Гревцов Букс, 2010. 408 с.
8. Петрова Е.А. Необходимый имидж, или как произвести нужное впечатление с помощью одежды. М. : Гном-Пресс, 1999. 215 с.
9. Нерсесов Я. Н. Путешествие в мир: мода. М.: Олма-Пресс Гранд, 2002. 240 с.
10. Мерцалова М.Н. История костюма. М.: Искусство, 1972. 200 с.
11. Андреева И.А. Мода и культура одежды. М., Знание, 1987. 63 с.
12. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Наука, 1994. 224 с.

Modern Fashion as a Socio-Cultural Phenomenon: Formation and Transformations
Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural Studies of Russian South, 2025, 2 (97), 31–37
DOI: 10.24412/2070-075X-2025-2-31-37
Nikolay G. Denisov, Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, Russian Federation).
E-mail: ngdenisov@gmail.com

Yulia S. Saifieva, Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, Russian Federation).
E-mail: Eva-well@yandex.ru

Keywords: fashion, clothing, costume, fashion phenomenon, culturology, communication, socio-cultural space, transformation.

The article examines modern fashion as a sociocultural phenomenon in the context of historical and cultural development. Initially, the sphere of fashion had limited influence, covering only the elite segments of society. While other social strata remained committed to traditional clothing canons, changes in their appearance occurred at an extremely slow rate. A key element of traditional costume was its harmony, allowing for a high degree of accuracy in identifying an individual's social status, gender, professional affiliation, and geographical place of residence.

In the process of evolutionary development of the fashion industry, radical transformations occurred, as a result of which the principle of self-expression through clothing style came to the fore, displacing the previously dominant principle of conformism. This phenomenon indicates a transition from strict social determinism in fashion to more individualized and expressive forms.

Fashion is a phenomenological construct with a complex of unique attributes, among which its exponential manifestation stands out. This aspect manifests its inseparable connection with the recipient and indicates that fashion serves as a means of individual self-presentation, as well as a tool for social categorization, used to differentiate “us” and “them”.

Another important characteristic of fashion is its изменчивость (variability). Fashion is relevant only “here and now”, making it extremely temporary and transient. This property of fashion reflects its dependence on current sociocultural and historical contexts.

Conclusions are drawn about fashion as a form of public consciousness and as a permanent form of art, acting simultaneously as a socio-integrator and ethnoidentifier. The phenomenology of fashion reflects economic, social, cultural-aesthetic, and technological unity, acts as a visual moderator of socio-cultural transformations and a navigator of change over time and space, and carries an international peacekeeping mission.

References

1. Husserl, E. (2023) *Ideya fenomenologii: pyat' lektsiy* [The Idea of Phenomenology: Five Lectures]. St. Petersburg: Humanitarian Academy.
2. Vasilenko, L.I. & Ermolaeva, V.E. (eds.) (1990) *Global'nye problemy i obshchechelovecheskie tsennosti* [Global problems and universal values]. Moscow: Progress.
3. Etherley, E.N. & Kuznetsova, O.D. (1999) *Neizvestnoe o izvestnom (rasskazy o slovakh)* [The Unknown about the Known (Stories about Words)]. Leningrad: Science.
4. Kireeva, E.V. (1970) *Istoriya kostyuma* [History of the costume]. Moscow: Prosveshchenie.
5. Bart, R. (2003) *Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury* [Fashion system. Articles on semiotics of culture]. Moscow: Sabashnikov Publishing House.
6. Dudnikova, G. (2001) *Istoriya kostyuma* [History of the costume]. Rostov n/D.: Feniks.
7. Okonkwo, U. (2010) *Brending v mode klassa “lyuks”: Masterstvo sozdaniya i upravleniya* [Branding in Luxury Fashion: The Art of Creation and Management]. Minsk: Grevtsov Books.
8. Petrova, E.A. (1999) *Neobkhodimyy imidzh, ili kak proizvesti nuzhnoe vpechatlenie s pomoshch'yu odezhdy* [The Necessary Image, or How to Make the Right Impression with Clothes]. Moscow: Gnome-press.
9. Nersesov, Ya.N. (2002) *Puteshestvie v mir: moda* [Travel around the world: fashion]. Moscow: Olma-Press Grand.

10. Mertsalova, M.N. (1972) *Istoriya kostyuma* [History of the costume]. Moscow: Art.
11. Andreeva, I.A. (1987) *Moda i kul'tura odezhdy* [Fashion and clothing culture]. Moscow: Znanie.
12. Hoffman, A.B. (1994) *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and People. A New Theory of Fashion and Fashion Behavior]. Moscow: Science.

УДК 008:7.01+260.2

DOI: 10.24412/2070-075X-2025-2-37-46

О.А. Грива, М.А. Пуздровская

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ХРИСТИАНСКИХ РЕЛИГИОЗНЫХ ОБРАЗОВ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ

Предметом исследования в данной статье являются теоретические подходы, применяемые авторами к изучению христианских религиозных образов в современном искусстве. В исследовании были использованы системный, семиотический и структурно-функциональный подходы, с помощью которых обоснованы теоретико-методологические основания исследования христианских религиозных образов современного искусства. Авторами впервые обозначена необходимость научного изучения проблемы десакрализации религиозных образов в современном искусстве.

Ключевые слова: *христианские религиозные образы, современное искусство, системный подход, семиотический подход, структурно-функциональный подход, десакрализация.*

Актуальность темы исследования подтверждается существующими ныне культурными трендами – такими как мультикультурализм, секуляризация и цифровизация, которые в значительной степени влияют на процессы переформатирования современного искусства. Начнем с того, что изучение религиозных образов в современном светском искусстве становится особенно важным в условиях мультикультурализма, интернациональной сущности современной культуры, а также нарастающей секуляризации культурного процесса. Отметим, что в современном мире религиозные образы, в том числе и христианские, активно перерабатываются через призму современного искусства и массовой культуры, при этом создаются новые интерпретации старых, хорошо известных, имеющих устойчивые трактовки образов. Данные явления характерны для искусства эпохи постмодерна, которое, по сути, представляет собой переработку, реплику и пересказ уже существующего. В постмодернистском контексте сакральные тексты и традиционные христианские религиозные образы не стали исключением. Искусство, являясь одной из важных форм духовной жизни человечества, влияет и на формирование мировосприятия людей разных эпох. При этом его особенности постоянно переосмысливались как в прошлом, так и в образах модерна и постмодерна [1 С. 6]. Подобные процессы способствуют возникновению новых культурных форм, в которых традиционные религиозные элементы, трансформируясь с помощью современных культурных практик, благодаря распространению цифровых технологий обретают новые смыслы.

Но одновременно с данными тенденциями остается актуальным вопрос о соотношении традиционного и современного подходов в трансляции религиозного содержания в системе художественных образов. Как, например, у В.С. Глаголева, при рассмотрении религиозного искусства в контексте современного эстетического смыслополагания [2] и при создании модели смыслополагания [3]; у А. Флорковской, исследующей религиозную тему в контексте художественных поисков современного искусства [4].