

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

ЛИПСКАЯ ВЛАДА МИХАЙЛОВНА
КОСТЮМ В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРЫ
(философско-культурологический анализ)

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
доктора философских наук

Санкт-Петербург
2012

Работа выполнена на кафедре культурологии Санкт-Петербургского
государственного университета

Научный консультант доктор философских наук, профессор
Соколов Евгений Георгиевич

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Голик Надежда Васильевна
Санкт-Петербургский государственный университет

доктор философских наук, профессор
Тулчинский Григорий Львович
Национальный исследовательский университет Высшая школа
экономики – Санкт-Петербург

доктор философских наук, профессор
Шор Юрий Матвеевич
Санкт-Петербургская государственная академия театрального искусства

Ведущая организация – Санкт-Петербургский государственный
академический институт живописи, скульптуры и архитектуры им. И.Е.
Репина

Защита состоится «20» декабря 2012 года в 16.00 часов на заседании
Диссертационного Совета Д 212.232.11 по защите кандидатских и
докторских диссертаций в Санкт-Петербургском государственном
университете по адресу: 199034, Санкт-Петербург, ВО, Менделеевская
линия, д. 5, философский факультет, ауд. 24.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке имени
А.М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета

Автореферат разослан « » ноября 2012 года.

Ученый секретарь Диссертационного Совета
Кандидат философских наук, доцент

Е.А. Маковецкий

Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Ситуация в современной культуре связана с резким изменением экономических, политических и духовных детерминант социального бытия, с выработкой новых интеллектуальных ориентиров, и поиском культурной идентичности. Происходящие перемены вызывают смещения ценностного сознания, когда меняются способы идентификации личности, которая все более позиционируется как «автопроект», а этничность, социальный статус и другие праэксистентные определенности отходят на второй. Анализ аксиологических основ костюма как культурного феномена, являющегося на сегодняшний день одним из самых очевидных и массовых проявлений самосознания современного человека, представляется проблемой, от решения которой зависит самоидентификация человека, а значит и способность выбора оптимального способа взаимодействия с настоящим и будущим социума и в итоге – определения своего места в бытии.

Актуальность анализа феномена костюма выражается в постоянном интересе к изучению его в контексте моды среди исследователей самых различных направлений гуманитарного знания. Однако при достаточно обширном научном и публицистическом осмыслении феномена костюма, принципы философско-культурологического анализа, определяющие его роль и место в системе современной культуры, до сегодняшнего дня недостаточно разработаны.

Предлагаемое исследование представляет попытку обобщить различные подходы к изучению костюма и моды, расставить необходимые акценты в теоретических интерпретациях и сформировать принципы философско-культурологического анализа костюма. В контексте данного исследования костюм понимается как знаково-символическая система, которая демонстрирует внешнему миру не только социальный статус человека, но позволяет получить представление о внутреннем мире личности. Философия костюма тем самым базируется на исследовании личностных характеристик, как создателя, так и потребителя костюма, потому что именно индивидуальное и уникальное самосознание человека определяет как его творчество, так и визуальное оформление внешности. Своеобразие работы состоит в том, что исследуемый предмет рассматривается с точки зрения разных подходов: от философских, культурологических, и социально-психологических обобщений до анализа конкретных дизайнерских проектов в сфере костюма.

Недостаточность теоретического, философско-культурологического осмысления феномена костюма объясняется отчасти тем, что он является неотъемлемым элементом любой культуры. Поэтому по отношению к нему справедливо замечание М. Хайдеггера о том, что в отношении касающегося каждого, создается обманчивое впечатление, будто оно должно быть понятно всем.

В современной культуре костюм все более активно начинает играть роль одной из самых выразительных визуальных характеристик человека. Но факт существования подиумного и промышленного бизнеса, связанных с проектированием, производством и рекламой модного костюма, в социальном плане превращает его в достояние массовой культуры. Этим же объясняется смещение интереса с основополагающих характеристик костюма к периферийным, отсутствие до сегодняшнего дня серьезного философско-культурологического осмысления феномена костюма, и в целом его теоретического рассмотрения. Анализ сущностных оснований феномена костюма представляет базовые условия для понимания закономерностей его возникновения, формирования и функционирования. Не менее важно рассмотрение этого достаточно специфического вида дизайнерского творчества в контексте проблематики повседневности, способствующее более детальному прояснению фундаментальных проблем современной социально-культурной ситуации.

Само определение понятия «костюм» требует уточнений, особенно, когда речь идет о знаково-символической его природе. В связи с этим изучение условий и предпосылок формирования костюма как социокультурного феномена, исследование его функционирования в культуре в сложных и многоплановых отношениях, включающих создателя и потребителя, обретает особую значимость.

Более детальное осмысление социально-культурного значения феномена костюма дает возможным понять, как человек реагирует на изменения в культуре, в общественной психологии, в государственном устройстве, и в менталитете нации, каким он видел себя на протяжении истории и каким хочет видеть в XXI веке. Не случайным является то, что именно творчество дизайнера костюма в современных условиях приобретает все большую социально-культурную значимость, а поиски идеала переносятся на индивидуально-личностный уровень и проявляются через внимание к визуальному облику человека.

Костюм как внешнее оформление собственного «Я» в символах и знаках опосредованно фиксирует философские концепты, маркирует эстетические, психологические, нравственные предпочтения людей. Именно с помощью костюма представляется возможным отчетливее увидеть тот образ мира, который складывается в сознании и подсознании человека, в том числе – современного человека, раскрыть его представления о собственной роли и месте в этом мире.

Степень разработанности проблемы. Как универсальный и многогранный феномен костюм привлекает к себе внимание представителей различных отраслей гуманитарного знания: философов, культурологов, этнографов, социологов, искусствоведов, историков, экономистов, психологов, дизайнеров и др. Соответственно, существуют и различные подходы к анализу феномена костюма и его функций.

Сегодня можно выделить целый спектр разнообразных подходов. Основные направления исследования феномена костюма можно обобщить, учитывая, что одним автором могут рассматриваться различные аспекты. Такими направлениями можно считать:

– **философско-культурологический подход**, ориентированный на осмысление общественной природы и ценностей, прежде всего моды и уже в ее рамках – костюма (начало ему положено в классических трудах Р. Барта, Г. Гегеля, Г. Зиммеля, И. Канта, А. Смита, Г. Спенсера, Э. Тейлора, так и в исследованиях таких современных ученых, как И. Григорьева, А.Ю. Демшина, К.М. Кантор, М.А. Коськов, Э. Купер, Г.Н. Лола, Ю.М. Лотман, И.А. Манкевич, Л. Свендсен, В.И. Толстых, Р.Б. Фишман, Г. Шульц, З.Б. Элькина, М.В. Яковлева и др.);

– **историко-искусствоведческий подход**, связывающий историю костюма и моды с развитием художественной культуры и определенных событий того или иного исторического периода (К. Белл, П.Г. Богатырев, О.Б. Вайнштейн, А.А. Васильев, П.П. Гнедич, Л.М. Горбачева, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Ш. Зеллинг, Н.М. Каминская, Е.В. Киреева, Р.М. Кирсанова, Ф.Ф. Коммисаржевский, Е.А. Косарева, Ю.К. Леви-Стросс, М.Н. Мерцалова, Э. Тейлор, Д. Фрезер);

– **социально-психологический подход**, включающий рассмотрение зависимости моды и костюма от форм коммуникации в обществе, взаимоотношений его создателей и потребителей (А.Н. Андреева, И.А. Андреева, И. Блох, И. Богардус, Ю.Б. Борев, А.Б. Гофман, В. Зомбарт, М.И. Килошенко, П. Нистром, Б.Д. Парыгин, Л.В. Петров, Б.Ф. Поршневу, Ж. Тард, М.Н. Топалов, Д. Флюгель, Э. Фукс);

– **теоретико-методологический подход в исследовании костюма**, охватывающий проблемы проектирования и формирования образной системы костюма в контексте моды (С.Н. Беляева-Экземплярская, С. Блэк, Э. Болтон, Г.М. Гусейнов, Д. Джонс, Д. Диксон, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Т.В. Козлова, Ф.М. Пармон, Г.И. Петушкова, Р.А. Степучев, А.И. Черемных).

То, что костюм в системе культуры выступает как определенного рода знаковая система, отмечалось такими исследователями как П.Г. Богатырев, Т.В. Козлова, Ф.М. Пармон, Р.А. Степучев. Однако при этом внимание не акцентировалось на том, что любой знак – и костюм здесь не является исключением – двусоставен, т.е. состоит из означаемого и означающего. В этом отношении представляется целесообразным более точно определить само наполнение этих составляющих. Понимая костюм как знаковую систему, следует в качестве означающего рассматривать одежду, как совокупность «вещественных» элементов, а в качестве означаемого – концептуальную часть – идею, которая зрительно непосредственно не воспринимается и «проявляется» только посредством указывающего на нее означающего – одежды.

Объект исследования: костюм как неотъемлемый элемент человеческой культуры, появляющийся в самый момент ее возникновения и сохраняющийся в ней на всех этапах ее развития.

Предмет исследования: природа костюма, предназначением которой является, в том числе, демонстрация внешнему миру внутреннего мира человека, определение самосознания, и выражение отношения человека к бытию через визуальное оформление внешности.

Цель диссертационной работы — осуществить комплексный философско-культурологический анализ феномена костюма как неотъемлемого элемента системы культуры.

Для достижения намеченной цели поставлены следующие **задачи:**

- разграничить понятия «костюм» и «одежда»;
- исследовать знаково-символическую компоненту костюма;
- показать, что концепция коллекции костюмов основывается, прежде всего, на субъективно-личностной составляющей;
- доказать, что знаковая система костюма неоднозначна и помимо прямого значения может обладать контекстуальной значимостью;
- сконцентрировать рассмотрение костюма в контексте проблематики телесности, показав, что его необходимо связывать, прежде всего, с феноменом не физического, а «культурного тела»;
- проанализировать язык костюма как средства проявления уже сложившегося образа человека и как средства продуцирования этого образа.

Теоретическую основу диссертационного исследования составили:

1. Философские труды и работы, включающие семиотические аспекты европейских мыслителей конца XIX– начала XX вв, посвященные феноменам современной культуры (Ж. Батай, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, Л. Витгенштейн, Г.-Г. Гадамер, Ф. Гваттари, Э. Гуссерль, Ж. Делез, Ж. Деррида, С. Жижек, Э. Кассирер, П. Козловски, Э. Левинас, Ж.Ф. Лиотар, М. Мерло-Понти, Ч. Моррис, Х. Ортега-и-Гассет, Ч. С. Пирс, Ж.-П. Сартр, Ф. де Соссюр, В. Франкл, Г. Фреге, Э. Фром, М. Фуко, М. Хайдеггер, Й. Хейзинга, У. Эко и др.);

2. Работы российских ученых, философов и культурологов, связанные с проблемами природы и знаково-символических функций художественной культуры, в целом – моды и костюма – в частности (Т.А. Акиндинова, Г.С. Батищев, М.М. Бахтин, В.С. Библиер, Ю.М. Бородай, В.П. Бранский, Л.С. Выготский, Н.В. Голик, П.С. Гуревич, С.Н. Иконникова, М.С. Каган, М.А. Коськов, Г. Н. Лола, А.Ф. Лосев, Ю.М. Лотман, М.К. Мамардашвили, Б.В. Марков, С.Т. Махлина, Л.П. Морица, Л.В. Петров В.А. Подорога, В.В. Прозерский, И.И. Ревзин, Е.Г. Соколов, В.И. Толстых, В.Н. Топоров, Г.Л. Тульчинский, Е.Н. Устюгова, Р.Б. Фишман, Ю.М. Шор, З.Б. Элькина, М.Н. Эпштейн и др.);

3. Искусствоведческие и историко-культурные исследования, посвященные непосредственно моде и костюму (А.Н. Андреева, И.А. Андреева, К. Белл, Э. Богардус, О.Б. Вайнштейн, А.А. Васильев, Л.М. Горбачева, А.Б. Гофман, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Ш. Зелинг, Г. Зиммель, Н.М. Каминская, Е.В. Киреева, Р.М. Кирсанова, Ф. Ф. Коммисаржевский, Е.А. Косарева, Ю. К. Леви-Стросс, М.Н. Мерцалова, Л. Свендсен, Г. Тард, Э. Тейлор, Д. Фрезер, П. Нистром, Д. Флюгель, Э. Фукс, М.И. Килошенко, Б.Д. Парыгин, Б.Ф. Поршнева, М.Н. Топалов и др.);

4. Теоретико-методологические разработки в области моды, дизайна и костюма (В.Р. Аронов, С.Н. Беляева-Экземплярская, С. Блэк, Э. Болтон, Н.П. Бесчастнов, П.Г. Богатырев, Н.В. Воронов, К. Гейл, О. И. Генисаретский, В. Л. Глазычев, Г. М.Гусейнов, Д. Джонс, Д. Диксон, Г. Земпер, Ю. Кавамура, К.М. Кантор, Я. Каур, Н. А. Ковешникова, Т.В. Козлова, К.А. Кондратьев, А.Н. Лаврентьев, Е. Н. Лазарев, В. Папанек, Ф.М. Пармон, Г.И. Петушкова, И.А. Розенсон, Р. А.Степучев, В.И. Тасалов, С.О. Хан-Магомедов, А.И. Черемных и др.).

Для достижения цели диссертационного исследования автором использовалась **методология**, соответствующая сложности и многоплановости предмета исследования и поставленных задач. Методологической основой работы стали приемы и методы, разработанные в гуманитарных науках и опирающиеся на комплексный, системный подход к изучению феномена костюма в системе культуры.

Теоретико-методологической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых – философов, культурологов, психологов, социологов, и искусствоведов. В диссертации применен системно-исторический метод исследования в сочетании с дескриптивным, сравнительно-историческим и философско-антропологическим подходами. Выделение и анализ знаковых компонентов костюма осуществлялись на основе метода идеализации, дополненного методами культурно-исторической реконструкции и структурно-семиотическим методом.

Исследование содержит оригинальную авторскую методику разработки концепции дизайн-проекта отдельного костюма или коллекции, а также методику анализа, как дизайнерских концепций, так и самих коллекций костюмов ведущих европейских Модных Домов. Предлагаемые методики основываются непосредственно на том философско-культурологическом анализе, который представлен в диссертационном исследовании.

Научная новизна:

– Показано, что костюм следует рассматривать с точки зрения детерминированности его художественного образа влиянием личностных факторов, действующих как со стороны автора-проектировщика, так и со стороны потребителя-реципиента.

– Постулируется, что именно жизненный мир человека может считаться философской основой как для теории и практики дизайн-проектирования,

так и для анализа костюма, в котором необходимой составляющей является концепция образного решения внешнего вида человека.

– Исследовано понимание костюма как знаковой системы, предполагающее его двусоставность; при этом выявлено, что означающее представлено образным, а означаемое – концептуальными компонентами костюма.

– Доказано, что рассмотрение костюма в знаково-символической перспективе позволяет интерпретировать его как эффективное средство осуществления интерактивного действия, где он выполняет роль знака социальных и индивидуально-личностных качеств человека, указывая не только на статусное или стратификационное положение своего «носителя», но и раскрывая его темперамент, склад характера, эстетические, этические и мировоззренческие ориентиры.

– Продемонстрировано, что костюм, как «кожа культурного тела», вводит человека в социальный мир, образуя визуализированный образ человеческого «Я», способствует становлению личности, раскрытию и формированию идеалов осмысленного бытия,

– Установлено, что знаково-символическая система костюма (независимо от того, обращает ли на это внимание его «носитель»), влияет на него самого, его мышление и действия. Тем самым костюм не просто визуально выявляет уже имеющиеся в наличии качества субъекта, его мировоззренческие установки, определяющие смысл существования человека, но и активно формирует, предвосхищает их.

– Доказано, что современный костюм как визуальная, антропоцентричная система максимально эффективно способствует тому, чтобы индивидуальное сознание отдельного человека, через приобщение к коллективному опыту вышло к его социально-историческому горизонту.

Положения, выносимые на защиту:

– необходимо разграничить понятия «костюм» и «одежда»: одежда – означающее – это предметный компонент костюма: (совокупность отдельных вещей и аксессуаров), костюм – знаковая система, включающая в себя, помимо вещественного компонента, еще и означаемое – концептуальный компонент (идеализированный образ человеческого Я);

– костюм выполняет в системе культуры знаково-символическую функцию, не только демонстрируя социальный статус человека, но и обеспечивая возможность получить представление о его внутреннем мире;

– в современном мире значение костюма как произведения дизайнерского творчества не ограничивается сугубо утилитарными функциями (защита от холода и др.), поскольку в нем наиболее очевидно проявляется бытие человека, располагающегося в определенном социокультурном пространстве;

– концепции коллекций современных костюмов основываются, прежде всего, на субъективной составляющей – идеальном образе человеческого «Я», поэтому образная характеристика костюма представляет собой

единство личностного и социального, которые и определяют философию художественного образа;

– современный костюм вполне определено эволюционирует в направлении расширения степени свободы самоопределения человеческой личности, причем это касается не только внешнего облика, но и, прежде всего, – «культурного тела», в отношении которого костюм выполняет не только демонстративную, но и конститутивную роль;

– костюм как продукт творческой деятельности во многом предвосхищает изменения в обществе, в человеке и даже в определенной степени организует и направляет эти изменения;

– непосредственно проектируя костюм или коллекцию, дизайнер проектирует общество и человека, его способ взаимодействия с бытием, а значит, основой проекта должна быть концепция человека, общества, жизненного мира.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в системном рассмотрении феномена костюма в контексте социокультурной ситуации начала XXI века с позиций философско-культурологического анализа. Полученные выводы и результаты могут быть использованы при проведении дальнейших научных исследований в данном направлении.

Материалы диссертации, разработанные в ней исследовательские подходы, а также полученные результаты и сделанные выводы имеют значение для дальнейшего изучения костюма как социально-культурного феномена в междисциплинарном пространстве философии, культурологии, эстетики, социологии, психологии и искусствоведении.

Полученные результаты могут быть использованы в разработке курсов лекций, подготовке семинаров и составлении методических пособий по учебным дисциплинам «Философия художественной культуры», «Теория и история культуры», «История художественной культуры», «Культурология», «История дизайна», «История костюма», «Проектирование костюма», «Основы теории и методологии дизайн-проектирования» и др.

Ценность диссертационного исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при разработке учебных курсов по философии культуры, теории культуры и искусства, истории декоративно-прикладного искусства, дизайна, костюма, теоретических и прикладных аспектов моды и модного поведения. Они могут быть также полезны в практической деятельности профессиональных дизайнеров, стилистов и имиджмейкеров.

Апробация диссертационного исследования

Основные идеи, положения и результаты диссертации были представлены на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях, симпозиумах и семинарах: Первый Российский философский конгресс «Человек – Философия – Гуманизм»

(СПб, июнь 1997); Научная конференция «Философия XX века: школы и концепции» (СПб, ноябрь 2000); Международная конференция «Гумбольдтовские чтения: Культурология как строгая наука» (СПб, сентябрь 2003); Междисциплинарный гуманитарный семинар «Философские и духовные проблемы науки и общества» (СПб, декабрь 2004); Международная научная конференция «Время дизайна» (СПб, ноябрь 2005); Международная научная конференция «Дни Петербургской философии» (СПб, ноябрь 2005); Международная научная конференция «Стратегии этической и эстетической рефлексии» (СПб, апрель 2006); Международная научная конференция «Дни Петербургской философии» (СПб, ноябрь 2007); Международная научная конференция «Дни Петербургской философии» (СПб, ноябрь 2008); Научно-практическая конференция «Мода в контексте культуры» (СПб, апрель 2009), Научно-практическая конференция «Мода в контексте культуры» (СПб апрель 2010), Международная научная конференция «Тело и телесность. Мода в контексте культуры» (СПб, ноябрь 2011).

Материал диссертационного исследования использовался при разработке, чтении курсов и проведении практических занятий по предметам «Основы теории и методологии дизайн-проектирования костюма», «История дизайна», «История культуры и искусства», «Организация проектной деятельности», авторского курса в рамках учебной программы: «Психология и социология костюма» для студентов кафедр «Дизайн костюма», «Дизайн прически» (СПбГУСЭ с 1996-2012 г.г.), а также для студентов специализации «Теория моды» факультета «Мировая художественная культура» (СПбГУКИ с 2006-2010 гг.).

На основе результатов научного исследования создана теоретическая и практическая база методики обучения, разработки и анализа концепции костюма или коллекции. Материалы диссертации использованы в ряде учебно-методических программ, представленных на кафедре «Дизайн костюма» и «Дизайн прически» Института дизайна и декоративно-прикладного искусства СПбГУСЭ. Многие аспекты данной работы отображены в ряде методических пособий и методических указаний: «История дизайна», «Психология и социология костюма», «Дипломное проектирование», «История культуры и искусства», «История русской художественной культуры IX-XIX веков», «История русской художественной культуры рубежа XIX-XX веков» и др.

Основные идеи исследования основываются на конкретном опыте разработки, формулирования и анализа концепций проектов костюмов и коллекций в форме пресс-релизов или статей; работе со студентами, дипломниками и выпускниками с 2000-2012 г.г., ведущими современными дизайнерами костюма: Владимиром Бухинником (художественный руководитель) – коллекция «Палиндром» 2005 год, коллекция «Путешествие в стиле next» 2006 год, коллекция «Postproduction» 2009 год, коллекция «Про-зрение» 2011 год, «Положение Левентик» 2012; Еленой Бадмаевой – коллекция «Реставрация» 2007 год, коллекция «Роковая» 2008

год, коллекция «Русский лубок» 2009 год, коллекция «Уроки французского» 2010 год, коллекция «Рамбов-300» 2011 год; Татьяной Парфеновой – коллекция «Фрейлинский сад» 2011 год, коллекция «Двенадцатая ночь» 2012 год и ряд других проектов.

Автор диссертационного исследования является практикующим журналистом в сфере культуры, постоянным обозревателем тенденций моды в области костюма. Результаты исследования были применены при написании более ста публицистических материалов в СМИ.

Диссертация обсуждалась на кафедре культурологии философского факультета Санкт-Петербургского университета 10 апреля 2012 года. Основное содержание работы изложено в монографии, статьях и в других научных публикациях (60 работ общим объемом более 34 п.л.).

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, двенадцати параграфов, заключения, а также списка использованных источников на русском и иностранных языках. Основной материал работы изложен на 295 страницах, список использованных источников включает 313 наименований.

Основное содержание работы

Во **Введении** обосновываются актуальность и значение темы исследования, определяется состояние разработанности проблемы, охарактеризованы цель и задачи диссертационной работы, сформулированы теоретические и методологические принципы, а также новизна и значимость положений, выносимых на защиту.

Первая глава **«Феномен костюма в современной культуре»** посвящена выявлению и обоснованию специфики и роли костюма в современной социально-культурной ситуации начала XXI века, когда меняются способы идентификации личности.

В первом параграфе: **«Костюм как продукт дизайнерского творчества»** определяется место дизайна костюма в контексте общедизайнерской практики в условиях постинформационной социокультурной ситуации. Особенность костюма как специфического продукта дизайнерского творчества определяется его максимальной приближенностью к человеку относительно других видов дизайна.

Дизайн – порождение XX века. В латентной форме он существовал на протяжении всей истории предметосозидания. Но рациональное, а не интуитивное отношение к созданию вещи способствовало появлению, в том числе, и такого нового вида художественного творчества как дизайн костюма.

Костюм из статичного «мундира своего времени» (сначала в рамках обычая и традиций, а с Возрождения – в рамках моды) превращается в динамичный «портрет-диалог» своего создателя с определенной социально-культурной парадигмой, о чем свидетельствует творчество таких

модельеров как Ф. Ворт, П. Пуаре, К. Шанель. Начиная с XX века уже не обычаи, традиции, сословные предписания определяют изменения в костюме, а прежде всего – индивидуальность творца во взаимодействии с индивидуальными вкусами и пристрастиями потребителя («носителя») костюма начинают определять визуальный образ человека. Интенсивность поиска новых форм, а следовательно, и смыслообразования увеличивается в геометрической прогрессии.

В этом отношении сам факт возникновения костюма можно интерпретировать как декларацию собственной свободы по отношению к чисто биологической определенности внешнего облика человека, понимая свободу как «сугубо человеческое измерение бытия, дающее возможность детерминации бытия извне по отношению к этому бытию».¹ Облекая свое тело одеждой или даже просто «расписывая» его красками или татуировками, человек как бы декларирует: «Обратите внимание, на самом деле я не то, чем был до этого акта облачения!». Костюм, покрывая физическое тело человека, визуализирует, делает воспринимаемым его «культурное тело», которое формируется в процессе исторической эволюции и не может быть редуцировано только к физическому облику. Немаловажно то, что с помощью костюма человек обретает наиболее доступную возможность «трансцендирования в иное». Именно поэтому все изменения в образе жизни и социальной организации человеческого общества всегда сопровождались изменениями внешнего облика. Сначала этот облик достаточно жестко регламентировался национальными традициями, законодательными актами и сословными предписаниями. Затем эти предписания постепенно смягчались, выражаясь в простом соблюдении «норм приличия». К настоящему времени они обрели гораздо более мягкую форму «модных тенденций», которым люди следуют в большей или меньшей степени.

Чаще всего о костюме говорят или в контексте истории костюма, или в контексте истории искусства. Осмысление костюма как специфического вида дизайна (а значит и его история должна быть рассмотрена именно в рамках истории предметного творчества, а затем – истории дизайна) принципиально меняет не только ракурс анализа явления, но и понимание его сущности, а как следствие – изменение способов создания костюма и его функционирования в современной культуре.

Важным представляется разграничение понятий «костюм» и «одежда», поскольку до сегодняшнего дня они зачастую отождествляются как в части философско-культурологических и историко-теоретических исследований, так и на уровне обыденного сознания. К одежде следует относить вещи: платье, обувь, головные уборы, аксессуары и др. «вещественные» компоненты костюма. Основная функция одежды – защитно-утилитарная. Костюм – художественная система предметов и элементов одежды,

¹ Тульчинский Г.Л. Тело свободы // Эпштейн М.Н. Философия тела, Тульчинский Г.Л. Тело свободы. – СПб.: Алетейя, 2006. – С. 200.

характеризующая индивидуальность человека или эпохи. Основная функция костюма – знаково-символическая.

Костюм является своеобразным видом сообщения. Причем, он не только сообщает информацию о человеке, который его носит, и о времени, в котором тот живет, но вступает и с самим «носителем», и с воспринимающими в достаточно сложные эмоциональные, иллюкативные взаимоотношения. В современной практике дизайнеры костюма тщательно выбирают модели для показа коллекции, режиссеры показов «задают» моделям определенное выражение лица, требуемое для придания завершенности и целостности образу, заключающему в себе концептуально-смысловое значение. На практике любой человек, интересующийся своим внешним видом, надевает что-либо из своего гардероба «под настроение». Вот это «настроение» и есть в каждом конкретном случае основа иллюкативной системы, которая становится костюмом. Иначе говоря, современный костюм несет в себе одновременно и социально-психологическую и образную характеристику, причем последняя определяется первой.

Во втором параграфе «**Специфика знаковой природы костюма**» анализируется знаковая природа костюма и прежде всего то, что любой знак – и костюм здесь не является исключением – двусоставен, т.е. состоит из означаемого и означающего.

Непроясненность философских оснований двойственности знаковой системы костюма выражается в недостаточной разработанности, как теории дизайна костюма, так и методологии его анализа. Сегодня, когда этот вид дизайна становится достоянием массовой культуры, знаковая составляющая костюма часто редуцируется к означающему – одежде. Очевидно, что и СМИ, освещающие модные тенденции в области костюма тоже замыкаются в рамках бессистемного мышления, когда отдельный фасон изымается из общей коллекции и объединяется с другими (также вырванными из своих контекстов) по принципу сходства визуальных характеристик: общей цветовой гаммы, силуэта или темы. Такой упрощенный подход присутствует в большинстве как российских, так и зарубежных СМИ именно потому, что иных критериев кроме формальных характеристик (относящихся к «означающему» – к конкретным вещам, но не к «означаемому» – ассоциативно-образной концептуальной системе в рамках костюма) до сих пор не сформулировано. Анализировать фасон можно только в контексте предложенного концепта, а не наоборот.

Рассматривая костюм как знаковое сообщение, следует иметь в виду, что при посредстве языка мы не только фиксируем и выражаем нечто уже бывшее и только ставшее известным, но и «изготавливаем факты» (Л. Витгенштейн). Обозначая предмет, мы «прикрепляем» к нему ярлык, делая его знакомым, узнаваемым предметом, и значит уже функционирующим по новым законам. Костюм – тот же знак, «прикрепляемый» к личности, придающий ей контекстуальную значимость, делающий ее узнаваемой, а значит – существующей определенным

способом. Поскольку же знаки – это явления культуры, в которых кодируется социально значимая информация, костюм, возникнув как феномен, сам начинает оказывать влияние на своего «носителя», активно способствуя самоидентификации и социализации индивида.

Человек «потребляет» костюм в той мере, в какой он создает в своем воображении идеальный образ собственного Я. Восприятие здесь вплетено в процесс жизнетворчества, неразрывно связано с ним, так что предметом его является не внешний вид костюма, а сама живая действительность, в которой живет и действует субъект.

Как известно, существует тесная связь между мышлением и языком. Согласно М. Хайдеггеру, язык не исчерпывается референцией, он сам является некоторого рода событием, местом, где может раскрыться истина бытия. Язык не является всего лишь средством представления уже известных истин, в большей мере он служит средством открывания еще неизвестных, поэтому с помощью языкового знака можно понять тенденцию будущего развития системы. Осмысленностью знаков обусловлена культура восприятия и употребления того или иного языка. Человек, использующий неосмысленно (пассивно) вещное окружение, а более всего костюм, не решает свои проблемы и проблемы времени, а только визуальным образом их маскирует и тем самым усугубляет.

Первооткрывателем семиотического подхода к костюму можно считать Ролана Барта, но сегодня его теоретические положения уже нуждаются в определенной корректировке. Это касается, прежде всего, утверждения о том, что в художественном знаке имеется и образная составляющая (особенно очевидная в знаках, опирающихся на визуальный материал), и то, что система коннотативного сообщения «натурализуется» именно с помощью синтагмы денотативного сообщения. Следовательно, при «переводе» с визуального языка костюма на вербальное коннотативное сообщение трансформируется не в тождественное, но эквивалентное – также коннотативное сообщение, за счет чего и возникает стереоскопичность восприятия смысла (означаемого) и, следовательно – возможность редукции синтагмы денотативного сообщения.

Одной из самых значительных заслуг Р. Барта можно считать открытие того, что в результате создания костюма-описания, возникает уникальный феномен «именования означаемых», специфичный именно для дизайна костюма и практически отсутствующий во всех остальных дизайнерских знаковых системах. Дело в том, что костюм максимально приближен к человеку, практически «срастается» с ним, а значит максимально «психологизирован», ориентирован на учет субъективного фактора (потому и обладает чрезвычайно подвижной структурой). И как следствие – разделен на два уровня – одежду и костюм: «...происходит то, чего нет в языке, – у означаемого есть свое отдельное выражение»². И если при

²Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. - Пер. с фр. С.Н. Зенкина. - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – С. 226.

анализе знаковой системы костюма означающее – его «вещественная» часть в большинстве случаев определяется и теоретиками и практиками точно, то означаемое – его «концептуальная» часть остается непроясненной.

При стандартной семиотической ситуации, описанной Ф. де Соссюром, означаемое носит имплицитный характер, мы понимаем его лишь путем опознания означающего, в случае же «мирского означаемого» костюма – оно не только угадывается в костюме-образе, но еще и может быть эксплицировано в сопровождающем его тексте. Такой текст приобретает метаязыковой характер, выступая в роли своеобразного перевода, проясняющего значения знаков. Барт под сопровождающим текстом имел в виду сугубо описательный текст, тогда как адекватной экспликацией означаемого, переводом проекта костюма на вербальный язык является методологически четко сформулированная концепция. Тем самым Барт впервые открывает сам факт удвоения означающих, хотя второй компонент имеет в его исследовании не вполне точное «наполнение». Текст он рассматривает как состоящий из двух компонентов – с одной стороны, собственно описание одежды, с другой – прямое указание на ее функцию – платье «для коктейля» (Р.Барт). Однако в действительности это «для коктейля» – только составная часть концепции костюма, а именно – его назначение, сама же концепция не сводится исключительно к указанию на способ использования костюма. Следует учитывать, что концепция включает и модные тенденции, и индивидуальность автора-дизайнера, и тему образного решения костюма. Только в преломлении указанных характеристик определяется назначение костюма. Таким образом, бартовскую классификацию костюма, состоящую из трех «систем» следует дополнить – вместо «костюма-описания» ввести «костюм-концепцию». А для «костюма-описания» предложить иное «наполнение» – техническое описание (которое в форме описания собственно фасона не костюма, а одежды, и фигурирует у Барта, претендуя на роль концепции).

В результате, можно констатировать, что костюм только проявляет себя через вещи (одежду). И адекватное восприятие костюма предполагает умение за внешними проявлениями (фасон, силуэт и др.) – увидеть смысловое наполнение – концептуально-образную систему.

Третий параграф «**Мода как регулятор изменений костюма**» посвящен анализу социокультурных аспектов моды, как факторов, которые определяют динамику изменений образных характеристик костюма. Причем эти изменения касаются как визуального образа человека, так и его обобщенного «психологического портрета».

Костюм ежесезонно самым наглядным образом демонстрирует процессы модных изменений, именно поэтому моду даже терминологически отождествляют с костюмом. В современных культурологических исследованиях мода понимается не столько как средство внешнего выражения чего-то уже заранее молчаливо признанного существующим, сколько как отдельный самостоятельный феномен. Наиболее важным представляется определение моды не просто как «подражание образцу», а

прежде всего – как «удовлетворение потребностей в социальной опоре» (С.Н. Иконникова). В последние годы именно такой подход к изучению моды приобретает преобладающее значение.

Коммуникативный цикл в моде состоит, в частности, в постоянной циркуляции специфических «сообщений», отправляемых «производителями» через посредство «распространителей» к конечному адресату — «потребителям». Причем, только на потребительской стадии потенциальная мода (предложения дизайнеров костюма) становится реальной. Тем самым мода служит одним из средств приобщения индивида к социальному и культурному опыту, отсюда ее особое значение для молодежи.

Строго говоря, дизайнер создает не тот или иной костюм, а визуализированное представление о месте человека в бытии (в его индивидуальном или социальном преломлении). Корректировка этого представления внешне обнаруживается даже в нюансах ежегодных и ежесезонных смен модных тенденций. Формальные характеристики костюма, такие как силуэт, цветовая гамма, крой и т.д. только фиксируют степень изменения ролевых «настроений» смысловых взаимоотношений индивида и социума.

Костюм не столько скрывает тело человека, сколько открывает, визуализирует его человеческое «Я». Именно это не осмыслено в достаточной степени ни теоретиками, ни практиками, а значит, не выявлен способ функционирования костюма в культуре. Современные дизайнерские разработки предполагают овладение сложнейшей системой выстраивания визуального образа коллекции с помощью развития архитектурных модулей и макетного проектирования, но немаловажная роль в таких проектах принадлежит осмыслению и разработке концепции образа коллекции, концентрированным выражением которой является ее наименование и вербальное описание. При этом следует иметь в виду, что далеко не любое вербальное описание является выражением концептуального содержания (означаемого), но только такое, в котором вербальный образ соответствует визуальному.

Модные стандарты и объекты в сфере костюма основываются на константных элементах, которые, при постоянной изменчивости моды, столь же постоянно сохраняются в ней, составляя ее внутреннее ядро. Это ядро представляет собой набор ценностей, связанных с костюмом и составляющих жизненно необходимые атрибутивные признаки или внутренние ценности моды. Они выступают регуляторами поведения людей в их взаимодействии с костюмом. К их числу относятся: современность, универсальность, демонстративность и игра.

Под модными стандартами понимаются способы обращения с объектами, обозначающими указанные атрибутивные модные ценности. Однако за этим слоем ценностей существует еще один – который можно назвать денотативным. В отличие от неизменных атрибутивных ценностей, денотативные ценности разнообразны и носят ситуативный характер.

Задача современного проектирования костюма состоит не только в «украшении» человеческого тела посредством материальных элементов одежды. Применение дизайнерского подхода предполагает, прежде всего, оформление, а стало быть «выявление» скрытой внутри человека (конкретного или обобщенного «героя времени») индивидуальности. Но такое выявление одновременно выступает в определенной степени и как участие в формировании субъекта, а значит – участие в формировании характера и, тем самым – способа его бытия.

Дизайн костюма отличается от моделирования одежды тем, что он ставит и решает не частные задачи, а общие проблемы, которые, в свою очередь, определяют выбор частных задач. Эти проблемы касаются всей жизнедеятельности человека, а вот сами задачи лежат уже в области модных тенденций. Костюм для обыденного сознания – «невидимка», как невидимо для него все, что выходит за пределы обыденного здравого смысла и подчиняется более общим закономерностям. Человек, не имеющий представления об этих закономерностях, видит только материальную оболочку вещей, и не видит основного – их культурно-ценностного предназначения. Ситуацию усугубляет то, что костюм является самым массовым и самым необходимым элементом предметного окружения человека и потому становится до такой степени привычным, что его знаковая составляющая сливается с ним самим и не может быть выявлена без специального анализа. Культура осознанного потребления костюма является самой «замаскированной», трудно вербализуемой, но она же является и самой необходимой, особенно сегодня, когда общество пронизано духом прагматизма.

В четвертом параграфе **«Аксиология костюма»** костюм рассматривается как воплощение социально-культурной ценности его «носителя». Костюм является формой внешнего выражения, а стало быть, признания общественной ценности человека, выступая как знак подтверждения правомочности его притязаний на образ жизни, соответствующий представлениям о себе самом. Здесь можно говорить о костюме, как о способе обретения себя, прояснения своего истинного места в жизни.

Одной из базовых проблем аксиологии является проблема внешнего выражения ценностных ориентиров в предметной реальности. С этой точки зрения представление о ценности характеризует человеческое измерение общественного сознания «пропущенного» через личность и получившего зримое выражение во внешнем облике человека. Следовательно, мода в сфере костюма, как средство формирования внешнего облика, является демонстрацией личностно окрашенного отношения к миру, вбирающего в себя возникающие на «пересечении» социального идеала и собственного жизненного опыта представления о «достойном образе» человека определенной культуры. Успешность интерактивного процесса в значительной степени предполагает адекватность визуального облика участников и требует сходной системы кодирования и декодирования

коммуникатора и реципиента. Аксиологический аспект – один из самых главных в процессе создания и функционирования костюма.

В дизайн-проектировании костюма одной из отправных точек разработки проекта является его адресность, т.е. определение для кого предназначен этот костюм. Но эта адресность отнюдь не должна ограничиваться чисто социологическими параметрами, представляющими принадлежность к определенной социальной страте, уровень дохода, национальные или региональные традиции предполагаемого реципиента. Вопрос «Для кого?» стоит понимать в более личностном смысле. «Для кого» – не только – для какой адресной группы предназначена коллекция или костюм, но и для какого человека. Именно этот обобщенный «закадровый» образ человека определенной эпохи и культуры и есть суть концептуальной основы коллекции.

В целом создание и функционирование костюма зависит от предполагаемой или существующей эмоциональной ситуации в обществе, которая формируется из совокупности политических, экономических и прочих факторов общественного развития. Ценности, постулируемые посредством костюма, фактически уже присутствуют в социуме в потенциальной или реальной форме. Костюм их не просто визуализирует, но и развивает-формирует и тем самым предвосхищает.

Вторая глава диссертации **«Социально-психологические аспекты костюма»** посвящена анализу соотношения телесного, психологического и социологического аспектов взаимодействия человека с костюмом, а также учету их взаимовлияния в процессе формирования замысла, разработки проекта, его реализации, потребления и влияния на современную культуру.

В первом параграфе **«Психосоматические основания костюма»** предметом рассмотрения являются соматические и психологические характеристики человека и их влияние на процесс дизайн-проектирования и анализа костюма как средства для идентификации субъекта.

Соматические характеристики, хотя они и имеют определенное значение для разработки дизайн-проекта, представляют приоритетное значение для конструктора и технолога, чья задача, скорее, проектирование одежды, а не костюма³. Дизайнер костюма, разумеется, также должен иметь представление о соматических характеристиках человеческого тела, но главное для него – понимание того, как телесная оболочка соотносится с внутренним миром личности. Основные усилия должны быть направлены не на корректировку темперамента (вследствие его врожденности), но на максимально эффективное его использование в процессе самосозидания субъекта.

В сфере психологии существуют разработанные построения типологий психологического склада. Для анализа костюма одной из самых репрезентативных типологий представляется, получившая широкое распространение в последние десятилетия, типология личности И. Майерс-

³ См., например, теории взаимосвязи телосложения и темперамента Э. Кречмера и У. Шелдона.

Бриггс, сформированная на базе идей К. Юнга и адаптированная Д. Кейрси. Она включает шестнадцать психотипов, характеризующих основные типы темперамента, в значительной степени обуславливающих личностные характеристики человека.

Дизайн костюма предполагает ориентацию на определенный человеческий психотип, будь то обобщенный образ (в случае разработки коллекции) или характеристика личности (в случае индивидуального заказа). Именно учет известных на сегодняшний день композиций темпераментов в форме психотипов, в сочетании с соматическими типами позволяет создавать обобщенные типологические характеристики. Необходимо учитывать также и то, что сам дизайнер тоже относится к определенной психотипической группе, что, конечно, оказывает влияние на его творчество. Названное обстоятельство находит свое результирующее выражение в общей стилистике того или иного модного дома.

Кроме этого, психотипическая типология позволяет объяснить некоторые особенности динамики модного процесса в сфере костюма. Поскольку каждый сезон популярным может становиться то один, то другой образ человека определенного психологического типа, соответственно может изменяться и степень эстетической популярности той или иной модели.

Во втором параграфе **«Гендерная идентификация и костюм»** анализируется динамика гендерных трансформаций костюма в истории культуры. Разделение костюма на мужской и женский до самого последнего времени (в Европе практически до рубежа XIX-XX вв.) в большинстве случаев неукоснительно соблюдалось. Однако не стоит всю историю костюма рассматривать, прежде всего, с гендерной точки зрения, а в самом гендере видеть смыслообразующее основание истории изменения форм одежды-костюма.

Не умаляя роли гендера в истории костюма, все же следует заметить, что отношения в данном случае не реципрокны. Если для гендера костюм – один из основных показателей в стратификации, то для костюма – нет. Человек – прежде всего целостная личность, а все остальные психофизиологические и социальные характеристики являются только составляющими личности. Строго говоря, гендер – не качество личности, а, скорее, эмерджентная характеристика диапазона социальных ролей, предписываемых обществом для каждой из двух биологически заданных половых групп.

По мере накопления опыта в дизайне XX – начала XXI вв. становится необходимой выработка новых стратегий исследования как дизайна в целом, так и костюма в частности, позволяющих выявлять как сущность, так и основные закономерности развития гендерных модификаций в костюме. Область современного философско-культурологического знания позволяет рассмотреть костюм как специфический максимально субъективированный вид художественного творчества. Костюм, ориентированный при своем возникновении на сокрытие пола (эrogenных

зон), являлся сразу, по сути, обозначением пола, а в процессе функционирования в человеческой истории стал ориентирован на прямо противоположенное – демонстрацию пола. Именно, гендерный аспект является «пусковым механизмом» в истории модификации, как смыслового наполнения, так и формы костюма.

Приоритетным для костюма является интенция совершенствования человека как личности, хотя именно в костюме наиболее очевидно проявляется взаимодействие «мужественности» и «женственности». Но если для идентификации по гендерному признаку костюм играет решающую роль, то для определения сущности костюма гендерная окраска является только составной в системе общих свойств характера человека определенного времени. Будучи заранее сориентированным на признаки пола, костюм, не только выражает, но одновременно и создает возможность гендерных различий.

Сегодня уже можно сделать вывод о том, что идеальные образы женственности и мужественности с течением времени претерпевают гендерные модификации. Привлекательными всегда будут те женщины и мужчины, которые более точно соответствуют воплощенному идеалу определенного времени, с корректировкой для разных социальных страт. Во многом устойчивые параметры привлекательности, а также развитие образов женственности и мужественности именно в сфере костюма в XX-XXI веке привели к пониманию относительности понятий «идеальная женщина» или «идеальный мужчина».

В третьем параграфе **«Возрастные и этнонациональные особенности костюма»** исследуется каким образом влияет на костюм специфика возрастных субкультур и этно-национальных особенностей различных групп населения.

Возраст с точки зрения философии культуры понятие и конкретное, но в то же время, и относительное. Соответственно, возраст человека – это не только количество лет и количество знаний, а способность субъекта к саморефлексии и самоактуализации. Безусловно, костюм играет свою роль в активизации этого процесса. Следует учитывать, что в разные возрастные периоды роль костюма различна. Если в начальный период жизни он ориентирован, прежде всего, на формирование личности, то впоследствии, прежде всего – на выражение личности. То есть, можно говорить об относительно преемственной линейной связи функций костюма в данном аспекте. Но в истории культуры взаимодействие с костюмом у людей разного возраста было иным – нелинейным. Принадлежа к разным сословиям, человек взрослея менял свой костюм, прежде всего, в соответствии с сословными предписаниями (для каждого возраста – разными). И только начиная с XIX века («открытие» детского возраста сопровождалось различными одеждами для мальчиков и девочек, тогда как ранее их одевали одинаково) и окончательно в XX веке («открытие» молодежного возраста сопровождается формированием одежды для

молодежи) костюм, отражая расширение внутреннего поля свободы человека, начинает существовать по правилам линейной связи.

В понятие молодости включают такие позитивные стороны, как готовность к творчеству, к принятию нового, искренность и т.д. Все это связано с идеологией прогрессивного развития, экономической и политической состоятельности общества – молодежь – живое воплощение будущего, более совершенного, чем настоящее. В то же время, этот возраст является наиболее уязвимым с точки зрения манипулирования, а выбор костюма особенно оказывает влияние на формирование личности молодого человека.

Что касается этнонациональных особенностей костюма, то он, выступая ценностно-нормативным регулятором поведения, способствует культурной консолидации особенно сегодня в ситуации глобализации современного общества. Этничность – наиболее константная категория идентичности, а значит, является для дизайнера костюма одной из базовых характеристик. Социальные изменения XX века во многом трансформировали природу этничности, что одновременно привело и к затуханию, и к активизации этнических процессов. Костюм может, как своего рода этнический маркер, служить снятию этнической напряженности, нивелируя национальные различия. В этом смысле костюм, как любое знаковое средство не просто обозначает тенденции, он их моделирует, преобразовывая уже существующие элементы.

Этническая принадлежность является той основой, на базе которой формируется личность. Но востребованность, степень выраженности этого признака чаще всего конституируется как внешними, социальными обстоятельствами, так и собственной индивидуально-личностной установкой. Дизайнерский подход предполагает тем самым не просто использование (как это было в традиционном моделировании) тех или иных элементов национальной одежды или ее кроя, а установление диалогических отношений с системой национальных ценностных ориентаций, которые в итоге складываются в интегрированное целое. В классификации этапов развития национального костюма этот процесс аналогичен смене комплекса функций фиксации национальной идентичности на последовательно и параллельно сменяющиеся друг друга комплексы адаптации, имитации и креации.

Четвертый параграф **«Символика цвета в костюме»** посвящен исследованию символики цвета и ее роли в костюме. Костюм выполняет в системе культуры функцию знака, а значит, его цветовое решение является компонентом означающего. В культурных традициях сами цвета обретают символическое значение, придающее костюму определенную смысловую наполненность.

Факт эмоционального отношения людей к цветам очевиден. К любому оттенку цвета относятся оценочно, поскольку любой цвет неизбежно вызывает эмоциональную реакцию. Характер и воздействие цвета определяется его расположением по отношению к другим сопутствующим

ему цветам. Априорная привлекательность цветов определяется индивидуальными и социальными особенностями (психотип, гендер, возраст, принадлежность к тому или иному типу культуры и др.) самих людей, воспринимающих тот или иной цвет. Содержание цветового символа определенным образом меняется в зависимости от исторического и культурного контекста.

Костюм, выступая важным элементом цветового «оформления» бытия человека, может рассматриваться как самостоятельный «текст», состоящий из знаков и символов, которые осознанно или неосознанно прочитываются окружающими. Цветовая символика играет в этом прочтении не последнюю роль. Посредством цвета можно управлять вниманием зрителя, привлекая его внимание к определенным деталям или наоборот – маскируя, скрывая их.

Разумеется, вряд ли можно говорить, что в каждом отдельном случае цвет с аподиктической достоверностью выражает темперамент и психологический настрой всякого человека. Скорее эта связь представляет некую тенденцию, проявляющуюся как статистическая закономерность. Но, тем не менее, можно по цветам костюма получить некоторую предварительную информацию о характере человека: любой символ приобретает определенное значение лишь в конкретном контексте. Одним из критериев «субъектного» подхода можно рассматривать эмоциональное состояние человека, влияющее на его цветовые предпочтения.

Всякое ощущение (в том числе и ощущение цвета) необходимо обладает двусоставной структурой знака. Иными словами, сам по себе цвет выступает только как означающее, а означаемым становится некое переживание, ментальное или эмоциональное состояние, мысль. Только в сочетании с каким-либо из таких состояний цвет образует знак. Без такого взаимодействия не было бы и самого ощущения, равно как без референта теряет смысл и сам знак.

Это означает, что некорректно говорить, что, скажем, белый цвет есть знак радости и чистоты, а черный – печали и траура. Для того чтобы эти цвета стали знаками должна сложиться традиция их связанности с определенными ментальными состояниями и социокультурными ситуациями. В силу исторически складывающихся традиций у разных народов одни и те же цвета могут связываться с различной, в том числе и прямо противоположной эмоциональной окрашенностью, как, например, белый траурный цвет в костюме китайцев или «пурпурный траур» одеяний западноевропейских монархов.

Подбирая цвета, человек komponует их в своём костюме, подчеркивая тем самым те или иные свойства цветов. Процессы, идущие в зрительном восприятии, вызывают соответствующие эмоциональные переживания. В этом случае гармоничность цветовых сочетаний способствует достижению психофизического равновесия, а дисгармоничность может быть осознанно использоваться как раздражитель, привлекающий внимание.

Дизайнер костюма сегодня посредством коллекции предлагает свою точку зрения на происходящее в мире, на социально-политическую обстановку, на тенденции моды и т.д., пропуская всё это через призму собственного психоэмоционального состояния и социокультурную ориентацию. Потребитель, в свою очередь, имея свою систему цветопредпочтений, обусловленную аналогичными параметрами, воспринимает концепцию (в том числе и «цветовую»!), тем самым, завершая круг не просто коммуникации, а полноценного интерактивного общения, формирующего его как личность.

В третьей главе **«Костюм в современном социуме»** костюм анализируется как средство, способствующее социально-культурному самоопределению человека. В ней обосновывается положение о том, что большое значение в проектировании костюма имеет учет его общественной роли, понимание того, какое представление имеет человек о самом себе и о своем месте в системе социальной иерархии.

В первом параграфе **«Статусно-ролевые отношения и костюм»** выявляется влияние на внешний облик человека его социальных ролей. Под «ролью» понимается относительно устойчивый шаблон поведения (включая действия, чувства и мысли), предлагаемый данным обществом человеку, специализирующемуся на выполнении той или иной социальной функции. Выполнение этой функции предполагает обретение определенного социального статуса, требующего, в свою очередь, определенного облика и поведения. Дизайн костюма может, как необходимую составляющую включать учет осознанных или неосознанных социальных ожиданий, существующих в иерархизированном обществе с определенным «набором» социальных ролей.

Важным обстоятельством является то, что, находясь в разных ситуациях, исполняя разные социальные роли, человек, тем не менее, остается самим собой, т.е. ролевое поведение – это всякий раз своеобразное сочетание роли и индивидуальности. При этом каждая роль накладывает свой отпечаток на самосознание человека (своего рода способ трансцендирования). «Социальное и экзистенциальное здесь взаимопроницаемы: дизайнерский объект не только маркирует определенный статус, но и сообщает достоверность переживанию в нем себя. Из социальной плоскости это переживание переходит в плоскость сугубо личностную: важно не столько то, как меня воспринимают другие, важно, как я сам себя воспринимаю. Правда, затем все возвращается в социальность, ведь понимание себя, прежде всего, необходимо для понимания себя другими...»⁴. Сказанное касается, прежде всего, именно дизайна костюма, выступающего в идеальном случае «проявленным жестом бытия».

Адекватное самовосприятие, устойчивая ценностная система являются гарантией рефлексивного избирательного выбора среди ценностей, предлагаемых дизайнером костюма, которые принимаются или отвергаются

⁴ Лола Г.Н. Дизайн-код: культура креатива. – СПб.: ЭЛМОР, 2011. – С. 15.

в зависимости от соответствия убеждениям самого человека. При этом следует иметь в виду, что человек существует не просто в окружающей его среде. Человек существует в мире, именно в своем мире, в том, какой им создан. Этот мир, безусловно, субъективен, это некое «тут-бытие», которое противоположно окружающему миру. Человеческий мир – это мир значений и смыслов, выражаемых определенными языковыми средствами. Язык костюма, как самого антропоцентричного вида дизайна, может «одухотворять» человеческое в наиболее очевидной форме.

В сфере дизайна костюма дело осложняется еще и тем, что социальная стратификация в современном обществе не ограничивается простой линейной вертикалью, а представляет собой достаточно сложную «ветвящуюся» структуру. Дизайн костюма, будучи сориентированным на ту или иную социальную роль, не может упускать из виду своеобразие личности самого человека. И наоборот, концентрируя внимание на личности, должен иметь в виду весь комплекс ролевых трансформаций, активно взаимодействующих с личностью. Таким образом, костюм может оказывать воздействие, на личностные характеристики человека, находясь в состоянии своеобразного «диалога-полилога» с ними и окружающим сообществом.

Во втором параграфе **«Костюм и формирование "культурного тела"»** исследуется отношение между физическим и «культурным» телом человека и анализируется роль костюма в оформлении и демонстрации «культурного тела».

В последние годы все более определенно проявляется тенденция рассматривать костюм в контексте проблематики телесности, однако представляется, что этот вопрос было бы целесообразно связывать, прежде всего, с феноменом «культурного тела». Человек как субъект формируется и развивается в системе социально-культурных отношений и, соответственно, его физическое тело проходит социализацию, приводящую к формированию нового тела – культурного.

«Культурное тело» характеризуется не только «окультуренными» физиологическими функциями, его границы также изменяются (по сравнению с телом физическим). Костюм создает видимую оболочку человеческого «я» чрезвычайно продуктивную для разнообразных исследовательских интерпретаций, поэтому он может служить своего рода визуальной «метафорой личности». Если одежда приобретает свою значимость только в неразрывной связи с человеческой телесностью, то костюм обретает семантический смысл в теснейшем взаимодействии с основными личностными качествами. Более того – именно «культурное тело» определяет то, как воспринимается тело физическое.

Отсюда можно сделать вывод, что телесность представляет собой сложное образование, выходящее за пределы собственно физического тела человека, и выход этот осуществляется, прежде всего, с помощью костюма. В этом отношении, костюм – не то, что покрывает и, следовательно,

скрывает, делает невидимым физическое тело, а то, что визуализирует, открывает, «культурное тело» во всей необходимой полноте.

Современный костюм выражает, фиксирует, маркирует все личностные модификации, происходящие с человеком. А самое главное – обозначает представление человека о своих взаимоотношениях с другими людьми и с окружающим миром.

В третьем параграфе «**Инновации и цикличность в дизайне костюма**» прослеживается эволюция модных тенденций, анализируются причины изменений в моде.

Одной из основных и наиболее заметных особенностей дизайна костюма является его демонстративно динамичная изменчивость. В этом отношении можно сказать, что развитие дизайна костюма в максимальной степени выражает и разрыв с ближайшим прошлым, и подготовку к ближайшему будущему. Тем самым костюм способствует стилевой, а следом за ней и содержательной адаптации человека и общества к изменяющимся условиям их существования. Немаловажно и то, что изменения в моде в сфере дизайна костюма носят явно выраженный циклический характер. Это означает, что мода периодически «возвращается» к, казалось бы, давно устаревшим моделям, воспроизводя (только в общих чертах!) образцы прошлых, уже полузабытых разработок.

Рассматривая модные циклы, следует, как это делают, например, А. Линч и М.Д. Штраусс⁵, разделить их на два класса: кратковременные (исчисляемые днями) и длительные (выходящие за пределы жизни одного поколения). Кратковременные циклы большинство исследователей связывает со статусной концепцией моды. Новые модели, поскольку они, как правило, дороги и доступны не всем, начинают использоваться как признак высокого статуса их владельцев. Когда же, вследствие массового производства эти модели становятся дешевле, а значит – доступнее, они утрачивают статус-сигнальные функции, и тогда инициируется смена модного имиджа.

Что же касается долгосрочных циклов, то их отличие от краткосрочных, наиболее точно определили Д. и Э. Лове, выдвинувшие идею о том, что в моде имеют место две формы стилистических изменений. Первая представляет собой случайные флуктуации, происходящие вокруг относительно устойчивой точки, равновесия, вторая является гораздо более радикальной, поскольку здесь происходит уже смена точки равновесия.

Четвертый параграф «**Модный костюм: проектирование и прогнозирование**» посвящен исследованию мировоззренческих установок и проектных принципов, лежащих в основе разработки конкретных дизайн-проектов. Любая концепция коллекции костюмов, хотя и опосредованно, непременно восходит к тому или иному обобщенному философскому

⁵См. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде. Причины и следствия / пер. с англ., Минск, Изд. Гревцов Паблицер, 2009. С. 195-196.

взгляду на мир, которым и определяется общая направленность и ход развития проекта.

Костюм является одним из самых главных невербальных средств упорядочивания межсубъектного взаимодействия. Визуализировав свое «Я» с помощью оформления внешности человек обретает возможность «увидеть себя» глазами других, являясь своего рода медиумом между «Другим» и «миром собственного Я», тем самым организуя свое «бытие-под-взглядом». Такому самовыражению может способствовать, прежде всего, учет при создании костюма индивидуально-личностных характеристик (как осознаваемых, так не осознаваемых самим человеком).

В традиционной модельерской практике сложную иерархическую систему философско-культурологических, психологических взаимосвязей и взаимозависимостей определяют таким весьма нестрогим с научной точки зрения понятием как «образная характеристика». Это понятие, конечно же, включает в себя соответствие костюма и человека, сюжетную, в том числе социально-культурную, драматургию их взаимодействия. Но дело в том, что «образная характеристика», как правило, найденная интуитивным путем и не получившая детальной рациональной расшифровки со стороны самого создателя, в дальнейшем воплощении и продвижении так и остается загадочным, неизвестно откуда взявшимся «инсайтом».

До 60-х годов XX века творчество модельеров так и просуществовало в атмосфере неведения о скрытых в подтексте творческого процесса собственных невыявленных составляющих. Сегодня рациональный анализ является необходимой промежуточной стадией творческого процесса дизайнера, которая заключается, прежде всего, в формулировании концепции. В области проектирования костюма именно этот этап не получил достаточно внятной структурной проработки.

Для того чтобы придать большую строгость разрабатываемым проектным решениям и дать дизайнеру возможность более свободно варьировать ими, включать их в рекламный и общекультурный контекст, необходимо прояснить основные составляющие концептуальной системы костюма, к которым можно отнести:

1. Субъектная составляющая (ориентирована на тип творческой личности самого дизайнера);
2. Интертекстуальная составляющая (ориентирована на ассоциативный образ, тему или творческий первоисточник);
3. Интросубъективная составляющая (ориентирована на характеристику социокультурного циклического своеобразия момента, выражающая текущие модные тенденции).

Система, а не сумма названных составляющих и создает своеобразие процесса формирования концепции коллекции, разрабатываемой дизайнером. Излишний акцент на субъектную составляющую делает этот вид дизайнерского творчества предельно субъективизированным, тем самым, сближая с произведением искусства по степени «присутствия» личности самого создателя в конечном результате. Это не означает, что

дизайн костюма вырывается за рамки общедизайнерской деятельности. Излишний акцент на интертекстуальную составляющую был характерен для допроектной эпохи создания костюма, когда образно-ассоциативный источник интуитивно отождествлялся с образом человека. В проектировании костюма до сегодняшнего дня на аналитическом уровне к нему сводят и две остальные составляющие. Акцентирование же интертерсубъективной составляющей делает дизайн костюма самым чутким к циклической смене мировоззренческих ориентаций, получающих свое концентрированное антропоцентричное выражение с помощью модных тенденций. Благодаря этой составляющей костюм становится самым мобильным видом дизайнерского творчества.

Все предлагаемые составляющие определяют в разном пропорциональном соотношении любую проектную разработку в области костюма. Неучитывание любой из них делает разработку или ее оценку неполной и поверхностной. Указанная проблема проявляет себя в отсутствии полноценных названий коллекций (а они – вербализированная концентрированная метафора концепции). Сложность заключается в том, что каждая из составляющих не существует изолированно одна от другой; они «перетекает» друг в друга, обладая не суммарным, а системным характером.

Понятие интертекстуальности (Ю. Кристева) в контексте исследования опирается на принципы относительности и антропоцентризма: все процессы в интертексте соизмеряются и определяются фигурой человека, но само его положение в интертексте меняется в каждый момент времени и – в свою очередь – влияет на характер процессов. Эта особенность костюма как текста прямо указывает на его контекстное окружение, которое и делает костюм произведением. В произведении же воплощено целостное бытие автора, которое может обнаруживать смысл только при наличии компетентного адресата. Следовательно, и создание и использование костюма должно быть осмысленным. Только в случае диалогического общения автора-дизайнера и адресата (конкретного или в случае коллекции – обобщенного) изобретается, создается каждый раз впервые новый мир, как новая модель человеческого бытия, причем содержание – вне его, только на его границах, в его небытии как текста.

В концепциях постструктуралистов интертекстуальность тесно связывается с положением «мир есть текст», сформулированным Ж. Деррида. И если, по мнению Р. Барта, каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат, то костюм такой «тканью» наделен не только в переносном, но и в прямом смысле. В то же время интертекстуальность не может быть сведена к проблеме источников и влияний; «она представляет собой общее поле анонимных формул, происхождение которых редко можно обнаружить, бессознательных или

автоматических цитаций, даваемых без кавычек»⁶. Следует иметь в виду, что именно наличие интертекстуальной составляющей дает возможность полноценного существования костюма в социуме, а значит являться «великим текстом», воплощающим «чистое творчество как преодоление всего пространственно-временного, как достижение высшей свободы» (В.Н. Топоров).

Интерсубъективность костюма характеризует соотношение образов мира, формируемых различными субъектами по поводу приобретаемого ими опыта о том мире, который выступает как единая основа этого опыта, независимая от личностных особенностей восприятия визуализированной концепции внешнего облика. Осознание бытования костюма как конкретного феномена исходит из проблемы, связанной с разработкой монистических версий трансцендентализма, представленных, прежде всего, в традициях немецкой классической философии. Развитие эта проблема, как известно, получает в феноменологической философии Э. Гуссерля, в которой интерсубъективность исследуется через анализ мотивирующих интенций, в которых трансцендентальное Я получает возможность, соприкоснувшись с опытом Другого, удостовериться в его реальном существовании. Такая «представленность» Другого в сфере собственного опыта оказывается возможной благодаря воображаемому переносу собственной телесности в тело Другого и пониманию на этой основе чужой субъективности, как аналогичной моей собственной. Безусловно, рассматриваемый в исследовании феномен костюма визуализирует названную проблематику самым очевидным образом. Особенно велика роль костюма как особого рода знака, способного визуальным образом выразить и зафиксировать общность взглядов и настроений людей, вступающих в коммуникативно-иллюкативные отношения. В костюме эта общность получает внешнее выражение в определенных формах костюма и – шире – в определенности тех модных тенденций, которым «синхронно» следует множество суверенных личностей.

Самоидентификация с помощью костюма сегодня связана, прежде всего, с поиском собственной идентичности, что входит в сферу анализа философии личности. Именно осмысление индивидуально-личностных характеристик, как конкретного человека, так и обобщенного «героя времени» может явиться теоретическим основанием для дизайн-проектирования костюма, необходимой составляющей создания концепции образного решения внешнего вида человека.

Компетентность дизайнера костюма как раз и заключается в том, что он является «концептором в ювелирной области» проектирования обобщенного «образа личности» идеального человека завтрашнего дня, его способа взаимодействия с бытием. Анализируя костюм, как и любую дизайнерскую разработку, нельзя ограничиваться ее формальной оценкой –

⁶ Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. – М.: Интрада, 1996. – С. 226.

необходимо реконструировать логику проектного решения. Но до сего дня именно в этой сфере дизайна, как профессионалы-практики, так и теоретики, склонны говорить больше о формальных качествах, упуская или не придавая должного значения структурированию философских основ концептуального содержания проекта.

В «**Заключении**» подводятся итоги исследования и формулируются основные выводы.

Основные публикации по теме диссертации:

Монографии:

1. Философия костюма. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – 11,3 п.л.

Статьи в журналах, рекомендованных экспертным советом ВАК РФ:

2. Роль костюма в формировании «культурного тела» // Дизайн. Материалы. Технология. – 2011. – № 3. – 0,5 п.л.
3. Специфика знаковой системы костюма // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – 2011. – № 1. – 0,5 п.л.
4. Костюм в системе дизайна // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. Серия: Философия. Социология. Культурология. – 2011. – № 4. – 0,5 п.л.
5. Костюм как экспликация личности // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2011. – № 3. – 0,5 п.л.
6. Мода как способ взаимодействия с костюмом // Дизайн. Материалы. Технология. – 2011. – № 4 – 0,5 п.л.
7. Мир костюма: культурологический аспект // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2011. – № 4. – 0,5 п.л.
8. Функциональность костюма как транслятора социальных ценностей // Обсерватория культуры. – 2012. – № 1. – 0,5 п.л.
9. Инновации и цикличность в дизайне костюма // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 6. – 2012. – Вып. 2. – 0,5 п.л.
10. Феномен костюма в современной культуре // Дизайн. Материалы. Технология. – 2012. – № 1. – 0,5 п.л.
11. Костюм как знаковая характеристика человека // Вопросы культурологии. – 2012. – № 10. – 0,5 п.л.
12. Символика цвета в культуре и костюм // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2012. – № 2. – 0,5 п.л.
13. Личность и костюм: роль конституциональных и психологических типов // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2012. – № 2. – 0,5 п.л.

14. Гендер и современный костюм // Дизайн. Материалы. Технология. – 2012. – № 2. – 0,5 п.л.

Статьи в научных сборниках и материалах научных конференций:

15. Художественно-публицистическая критика: риск интерпретаций // Литература в системе искусств: методология междисциплинарных исследований: материалы международной научной конференции. СПбРГПУ. СПб. 2000. – 0,3 п.л.

16. Доминанта этического в художественной оценке // Этическое и эстетическое 40 лет спустя: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2000. – 0,3 п.л.

17. Культура взаимоотношений в искусстве для детей // Детство и «открытое общество»: материалы международной научной конференции. СПбРГПУ. СПб. 2000. – 0,3 п.л.

18. Дизайн костюма для субъекта игры // Философия XX века: школы и концепции. Материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2000. – 0,3 п.л.

19. Костюм как ритуал // Ритуальное пространство культуры: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2001. – 0,3 п.л.

20. Детский костюм: осторожно, фантазия // Теория и практика образования в контексте отечественной культуры: материалы научной конференции. СПбРГПУ. СПб. 2001. – 0,3 п.л.

21. Художественная критика как психологическое моделирование // Литературный портрет и рецензия: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2001. – 0,3 п.л.

22. Художник как раб свободы или явление дизайна народу // Онтология возможных миров в контекстах классической и неклассической рациональности: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2001. – 0,3 п.л.

23. Дизайнизация костюма без человека // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2002. – 0,3 п.л.

24. Дистанция между этическим и эстетическим // Образ современности: этические и эстетические проблемы: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2002. – 0,3 п.л.

25. Художественная культура и интерпретация бытия // Основные философские концепции XX века: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2002. – 0,3 п.л.

26. Социальная самоидентификация в современном костюме // Проблема «другого голоса» в языке, литературе и культуре: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2003. – 0,3 п.л.

27. Искусство художественной культуры // Гумбольдтовские чтения: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2003. – 0,3 п.л.

28. Костюм как эхо // Рациональность и вымысел: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2003. – 0,3 п.л.
29. Психологические характеристики в дизайн-проектировании костюма // Социальная сфера общества: региональные особенности, тенденции развития, подготовка кадров: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2004. – 0,3 п.л.
30. Художественная критика: между искусством и дизайном // Современные проблемы развития туризма и туристского сервиса: материалы научной конференции. СПбГУСЭ. СПб. 2004. – 0,3 п.л.
31. Костюм для отдыха: тенденции развития реальные и виртуальные // Современные проблемы развития туризма и туристского сервиса: материалы научной конференции. СПбГУСЭ. СПб. 2004. – 0,3 п.л.
32. Концептуальность костюма как залог самоидентификации // Фундаментальное и прикладное в этике и эстетике: материалы всероссийской научной конференции. СПбГУ. СПб. 2005. – 0,3 п.л.
33. Экология человека и экология его костюма // Философские и духовные проблемы науки и общества: материалы междисциплинарного гуманитарного семинара. СПбГУ, СПб, 2004. – 0,3 п.л.
34. Второй «врожденный» пол и модификации костюма // Мужчины и женщины: параллельные миры: материалы научной конференции. СПбГУ. СПб. 2005. – 0,3 п.л.
35. О любви к искусству в себе и к себе в искусстве // Рациональность и свобода: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2005. – 0,3 п.л.
36. Этическая доминанта в творчестве дизайнера костюма // Время дизайна: материалы научной конференции. СПб. 2005. – 0,3 п.л.
37. Психологические аспекты создания дизайнером коллекции костюмов // Мода в контексте культуры: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2006. – 0,3 п.л.
38. Вербализация концепции в названии коллекции дизайнера костюма // Стратегии этической и эстетической рефлексии. Материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2006. – 0,3 п.л.
39. Человек и мода: современные тенденции // Автор и зритель: материалы международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2007. – 0,3 п.л.
40. Дизайн костюма в ситуации апофатизма // Мода в контексте культуры: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2007. – 0,3 п.л.
41. Общение с костюмом // Рациональность и коммуникация: сборник статей международной научной конференции. СПбГУ. СПб. 2007. – 0,3 п.л.
42. Модный образ и его имя // Герой в искусстве: поиски идеального образа: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2007. – 0,3 п.л.
43. Миссия костюма // Мода в контексте культуры: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2008. – 0,3 п.л.

44. Костюм как поступок // Мода в контексте культуры: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2009. – 0,3 п.л.
45. Модные тенденции: смыслообразующие трансформации // Инновационные процессы в сфере сервиса: проблемы и перспективы: сборник научных трудов. СПбГУСЭ. СПб. 2010. – 0,3 п.л.
46. Костюм судьбы или судьба костюма: к проблеме осмысленного потребления // Мода в контексте культуры: сборник статей научно-практической конференции. СПбГУКИ. СПб. 2010. – 0,3 п.л.
47. Между бытом и бытием // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Научно-теоретический журнал. Серия 15. Вып. 2. СПб. 2012. – 0,3 п.л.
48. Этнический фактор в истории костюма // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Научно-теоретический журнал. Серия 15. Вып. 3. СПбГУ. СПб. 2012. – 0,5 п.л.