

В. М. Липская

ЭТНИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ИСТОРИИ КОСТЮМА

Начиная разговор об истории костюма, следует отметить, что возникновение одежды в первобытном обществе было обусловлено стремлением скрыть половую принадлежность человека. Об этом говорит хотя бы тот факт, что даже у племен, проживающих в тропических зонах и не нуждающихся в защите от холода, существует одежда, главной функцией которой является не сохранение тепла и даже не «украшение» тела, а, прежде всего, сокрытие или обозначение сокрытия эрогенных зон. Лишь много позже, на достаточно высоких уровнях культурного развития, функции костюма радикально преобразуются, и из средства маскировки он превращается в средство подчеркивания, *демонстрации* пола. И только в этом своем новом значении костюм становится уже не тем, что покрывает и, следовательно, *закрывает*, делает невидимым, а тем, что *открывает*, являя то, что он как бы скрывает, во всей необходимой полноте. Это значит, что костюм следует понимать не как нечто, скрывающее то, что не должно быть явлено, а скорее как некую «оболочку-систему», которая, изменяя свои конфигурации, «проявляет» происходящее с внутренним миром личности.

По мере социального развития общество становится все более неоднородным, углубляется социальная дифференциация, различия начинают преобладать над подобием — в этих условиях объединяющим культуру началом выступает общая символическая среда, одним из составных элементов которой является костюм. Как один из ценностно-нормативных регуляторов человеческого поведения костюм способствует культурной консолидации в пределах той или иной определенной этнической группы. В этом смысле *этничность выступает одной из наиболее значимых констант идентичности, а значит, является для дизайн-проекта костюма одной из его базовых характеристик.*

Социальные изменения, произошедшие в XX веке, во многом трансформировали природу этничности, что привело одновременно и к затуханию, и к активизации этнических процессов (явление, которое многие исследователи определяют как «этнический парадокс современности»). Стремление к включению в костюм этнических элементов возникает из желания человека быть самим собой: самобытность восстает против унификации, а костюм может сублимировать этот процесс. *В этом смысле костюм, как любое другое знаковое средство, не просто обозначает уже существующие тенденции, но творит их, преобразовывая уже сложившиеся формы поведения.* Этническая принадлежность — одна из тех основ, на базе которых формируется личность. Но востребованность, степень выраженности этого признака конституируется как внешними, социальными обстоятельствами, так и собственной индивидуально-личностной установкой. В определенной мере этнический признак можно уподобить гендерной или возрастной идентичностям, которые, будучи неизменными (предписанный статус), тем не менее могут проявляться с различной степенью интенсивности. Можно говорить о различной «напряженности» этнической выраженности в дизайне костюма, но не о наличии или отсутствии ее.

В условиях нарастающего процесса глобализации особую актуальность приобретает проблема полиэтничных общностей. В последние годы термин «этнос» стано-

вится все более популярным, однако в научном сообществе не только не существует единства в определении смысла данного понятия, но порой даже возникают сомнения в его состоятельности [1, с. 4].

В ходе активной дискуссии о природе этничности произошло разделение на сторонников и противников реальности этнической субстанции, сформировались два противоположных методологических подхода. Один из них представлен множеством «конструктивистских» теорий, возникших на почве бихевиоризма и прагматистской философии. Общим для всех представителей указанного (функционального) направления является признание отсутствия в природе этнической субстанции (либо ее «условного» характера).

Мнения, альтернативные функциональному подходу, чаще всего определяются как «примордиализм», или «онтологический подход», предполагающий реальное существование этнической субстанции.

Функциональный подход к исследованию этничности основан на абсолютизации изменчивости и ситуативности, а онтологический — на абсолютизации постоянства и укорененности. Но, как это ни парадоксально, концепции имеют общую существенную черту и характеризуются одной и той же логической цепочкой: неэтнические факторы — этническая общность — этничность индивида. Разница заключается в том, какие факторы берутся в качестве отправной точки: социальные (Ю. В. Бромлей [2]), природные (Л. Н. Гумилев [3]), биологические (примордиализм) или субъективно-элитарные (конструктивизм). Вероятно, есть смысл преодолеть взаимную одномерность, оттолкнувшись не от социума, а от индивида, и построить смысловой ряд иначе: *этничность — этнос — внешние проявления этнического* [4, с. 3–15].

Понятие этничности имеет сравнительно короткую историю. Лишь с середины 70-х годов XX века «концепция этничности стала обретать все большую значимость в антропологической теории» [5, с. 3]. Это связано с тем, что человечество имеет общее происхождение, и все многообразные различия в физическом облике людей можно рассматривать как вариации одного и того же биологического вида *Homo Sapiens*. Раздельное существование наций и народностей — дело сравнительно недавнего прошлого: «...всего несколько сот лет назад отдельные народы и расы зачастую развивались обособленно друг от друга» [6, с. 70].

Для настоящего исследования важно то, что «этническое самосознание — это осознание этноопределенных элементов материальной, социальной и духовной культуры» [2, с. 126]. Но сегодня наряду с возродившейся тенденцией сохранения традиций различных этносов проявляется и другая направленность, которая выражается в создании глобального общества с едиными социокультурными институтами. Одним из характерных признаков такого общества является «интегральная» мода, которая представляет собой сложный, многофункциональный и неоднозначный социальный феномен.

Мода насаждает определенные образцы внешнего вида, поведения, привычек. В последнее время на различные страны и народы мира, их этнические и национальные культуры активно влияет стремительно развивающийся процесс глобализации, который представляет собой «долгосрочный процесс объединения людей и преобразования общества в планетарном масштабе» [7, с. 100].

Мода представляет собой социокультурный феномен, на который влияют, с одной стороны, общие этические, правовые и этнокультурные нормы, а с другой — такие специфические характеристики, как современность, мобильность, универсальность и игра; она выполняет функции социализации и идентификации личности, являясь

одной из основных форм приобщения индивида к социокультурному опыту. В то же время мода выполняет функцию сохранения элементов этнической культуры народов мира. Специфика взаимодействия моды и этнической культуры выражается в заимствовании модой символики и обычаев народа, но воплощение их подчинено знаково-символическому коду «настроений» текущего момента. Хотя в каждом конкретном случае и происходит ориентация на нормы определенной культуры, но приоритетной является, прежде всего, сама причина обращения к той или иной этнической тематике. Эта причина основывается на социально-психологической составляющей личности самого дизайнера костюма. Другое дело, что при выборе этнической темы рифмуется социально-психологическая составляющая личности дизайнера костюма с менталитетом того народа, который служит основой создания образа. Костюм, обращающийся к этнической теме, кроме модности и современности всегда претендует на акцентирование внимания к истории и культуре народа.

У истоков этнического стиля в одежде стоит движение хиппи, которое приобрело статус социально-культурного явления, изначально выражающего нарочито подчёркнутый протест буржуазной моде. В 1960-х годах новаторское поколение в поисках альтернативных ценностей обратилось к многовековой истории древних цивилизаций Востока, Африки, Центральной Америки, заимствуя из культурных слоев прошлого несвойственный европейской цивилизации подход к жизни. Хиппи внесли новые краски во многие сферы человеческой деятельности, одной из которых стала мода, ориентированная на само субкультурное движение.

Этничность сегодня выступает уже в качестве важнейшего фактора, обуславливающего социальную мобильность, миграцию, урбанизированность, конфликтность и в целом динамику социальных систем и институтов. Каждая культура имеет свою неповторимую конфигурацию, и ее составные части объединяются вокруг основной темы — этноса культуры, который определяет не только то, каким образом они соотносятся друг с другом, но и само их содержание. Культура — это целостность, упорядоченная таким образом, что все ее элементы являются вариациями одной единой темы — темы этноса — как некой культурной доминанты. Связующим же звеном общества выступает психологический склад личности, характерный для данного общества и обуславливающий поведенческие особенности его членов. Он наслаивается на личность каждого конкретного человека и дает в результате неповторимую индивидуальность. Понятие «национального характера» отражает личностные вариации (модальности) внутри данного общества, нормы и ценности, характерные для той или иной культуры. Под ценностями при этом стоит понимать осознанное или неосознанное представление о желаемом, которое определяет выбор целей, то есть установки особого рода.

В XX веке народы живут в урбанизированной «открытой» среде в едином поле массовой информации, свободно мигрируя и «перемешиваясь», что, тем не менее, не приводит к денационализации — таким образом «этничность» явно выходит за пределы объективированных атрибутов и характеристик. Современное общество состоит из множества социальных миров — культурных областей, границы которых определяются не территорией или государством, не формальным членством в группе, а пределами эффективных коммуникаций.

В полиэтничном регионе на восприятие моды оказывают влияние как мировые модные тенденции, так и ценности и нормы этнических культур и религий. Чем сильнее влияние традиционной культуры и религиозных установок, тем ниже уровень вос-

приятия современных требований моды. Дизайнерский подход не предполагает таким образом использования тех или иных элементов национальной одежды или ее кроя (как это было в традиционном моделировании), но предпринимает попытку вступить в диалог с системой этнических ценностных ориентаций, получить в итоге не сумму их, а некое интегрированное целое.

Стержнем любой этнокультуры является этническая идентификация, которая позволяет человеку отнести себя к той или иной этнической общности. Среди оснований, по которым человек определяет свою этническую принадлежность, выделяют, в частности, язык, национальность родителей, общее историческое прошлое, конфессиональную принадлежность и др. Традиционная народная культура всегда включала социальные, религиозно-этические, эстетические и другие нормативно-ценностные представления этнических групп. Непременной составляющей любой этнической культуры является также и материально-вещная среда, включающая одежду, которая, в свою очередь, входит в систему национального костюма, являющуюся визуальным аналогом нормативно-ценностной структуры. При возникновении феномена моды как нового социального регулятора, идущего на смену обычаю, в позднем Средневековье происходит смена функций костюма, ориентированных на поддержание этнического своеобразия. Вместо *фиксации* национального менталитета начинается процесс его *адаптации*, интернационализации, т. е. размывания его границ. Те или иные основы национального костюма становятся базисными для развития, например, общеевропейского костюма, следовательно, элементы национальной одежды ассимилируются в некоторые общепринятые нормы.

Параллельно возникает процесс *имитации* национального костюма в рамках эклектичного обращения к прошлому (наиболее очевидного в XIX веке). В этом случае наблюдается обращение к национальному костюму как к специфичной нормативно-ценностной системе, а также к использованию элементов национального костюма (одежды) в тех или иных новых смысловых сочетаниях.

И только в XX веке во время перехода костюма (как и всего остального предметного окружения человека) из сферы декоративно-прикладного искусства в сферу дизайнерской, проектной (упорядоченной, а не стихийной) деятельности наблюдается в целом *креация* костюма, в том числе и национального. То есть национальный костюм теперь уже выступает исключительно как источник вдохновения, а его нормативно-ценностная система — как основа создания новых авторских, дизайнерских систем (разных модельеров).

Внимание к поискам национальной идентичности в условиях современной глобализации культуры стимулирует все более активное обращение дизайнеров костюма к теме национального костюма. Эта тенденция рифмуется с процессом, зафиксированным социологами, занимающимися изучением этнодисперсных групп городского населения, которые в последние годы обратили внимание на так называемый «этнический парадокс современности». Суть его состоит в усилении этнической идентификации на фоне ослабления этнической специфики традиционной бытовой культуры. В предлагаемой в настоящей статье классификации этапов развития национального костюма этот процесс аналогичен замене комплекса функций *фиксации* национальной идентичности на последовательно и параллельно сменяющие друг друга комплексы *адаптации*, *имитации* и *креации*.

Не только комплекс сложных социальных модификаций происходит с феноменом этничности: в него входит также не менее сложный комплекс внутрилличностных мо-

дификаций. К. Юнг отрицал идеи, согласно которым личность детерминирована своим опытом, обучением, воздействием окружающей среды. Он утверждал, что каждый индивид появляется на свет с «целостным личностным эскизом... представленным в потенции с самого рождения», что «окружающая среда вовсе не дарует личности возможность ею стать, но лишь выявляет то, что уже было в ней заложено» [8, с. 348], таким образом отказываясь от ряда положений психоанализа. Этническая принадлежность тем самым оказывает серьезное воздействие на внутренний мир личности и ее визуальное оформление. *При этом следует иметь в виду, что можно различать:*

- 1) «генетическую» (биологическую);
- 2) «психологическую» (состоящую из модификации психотипа и «жизненного сценария» — национальный менталитет);
- 3) «культурную» (идентичную стране проживания и формирования личности) национальности.

Таким образом, каждый человек обладает по крайней мере тремя типами («модулами») национальности, которые могут совпадать в той или иной комбинации или не совпадать.

Итак, дизайнеру, создающему костюм, нужно обращать внимание на внутренний «национальный» мир человека, и уже исходя из него или в дополнение к нему учитывать другие индивидуально-личностные характеристики (конституционные типологии, психотипические, «сценарные», а также всевозможные «программирования» судьбы: гендерно-возрастные, статусно-ролевые и т.п.). Причем, и это главное, учитывать следует как реальную характеристику, так и вытекающую из социально-психологической самоидентификации, понимая, что именно вторая определяет первую. Так, у каждого человека можно вычлениить не только его реальные возраст, пол, статус, национальность, но и психологические. Кроме того, самоидентификация предполагает как осознанный, так и неосознанный выбор или сумму-систему указанных характеристик. Причем у каждого существуют свои система доминирования и, соответственно, иерархия вышеназванных качеств. Одни могут выделяться и определять собой внешний облик человека, другие уходят «в тень», тем не менее оказывая влияние на характер системы. Костюм таким образом может, производя регрессию мотивов, актуализировать те или иные качества из одной сферы личности в другую или хотя бы изменять динамику их движения.

Литература

1. Тишков В. А. Забыть о нации // Вопросы философии. 1998. № 9. С 3–7.
2. Бромлей Ю. В. Современные проблемы этнографии. Очерки теории и истории. М.: Наука, 1981. 390 с.
3. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера земли. М.: АСТ: Астрель, 2005. 559 с.
4. Рыбаков О. Е. К вопросу о понятии «этнос»: философско-антропологический аспект // Этнографическое обозрение. 1998. № 6. С. 3–15.
5. Тишков В. А. О феномене этничности // Этнографическое обозрение. 1997. № 3. С. 3–7.
6. Кысько В. Г. Этническая психология. М.: Academia, 2002. 320 с.
7. Фрост Э. Л. Что такое глобализация? // Государственная служба за рубежом. Глобализация, проблемы, перспективы: реф. бюллетень. М.: Изд-во РАГС, 2002. С. 98–102.
8. Юнг К. Г. Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991. 480 с.

Статья поступила в редакцию 17 мая 2012 г.