КУЛЬТУРОЛОГИЯ

*С.В. Валиулина**

ФОРМИРОВАНИЕ ГОРОДСКОГО КОСТЮМА И ОБРАЗОВ ГОРОДСКОЙ МОДЫ

Урбанизация влияет на развитие и формирование определенного образа жизни человека. Образ жизни складывается из множества факторов, которые оказывают воздействие на костюм горожанина. Костюм городского жителя функциональный, простой и комфортный, несет в себе образное решение. В городской среде можно выделить группы образов моды: яппи, метросексуал, бобо, противоречивый потребитель, подросток, студент социальный, it girl, копир, экстремал, протестант, трекинг, мимикрон, старик, жена, домашняя хозяйка, маргинал. Каждая из групп имеет характерные черты костюма, которые развиваются на основе общей модели городского костюма.

Современное общество существует в условиях постоянно нарастающей урбанизации. Сильно возросшие темпы урбанизации ведут к социальной дифференциации, т.е. в процессе развития города нарастает расслоение населения по социально-экономическим и этнопсихологическим характеристикам. Город генерирует новые образцы поведения, формирует своеобразный образ жизни. Городские жители становятся законодателями моды на привычки, вещи, одежду, мышление. Городская жизнь формирует определенное отношение к моде и костюму.

Образ жизни горожанина складывается из множества составляющих факторов: социально-экономические, этнопсихологические, историко-культурные, социально-психологические. Образ современного человека – «экономический человек», которому свойственны технократическое мышление, рациональность, преобладание материальных интересов над духовными,

* © Валиулина С.В., 2007

Валиулина Светлана Валерьевна – кафедра градостроительства Самарского государственного архитектурно-строительного университета

этический индивидуализм и прагматизм, отделенность от природы и стремление к господству над ней [1.С.29].

Ю.Л. Пивоваров в книге «Современная урбанизация» выделяет наиболее специфические свойства, которые формируют городской образ жизни [2. С.33-35]. Это высокая плотность сети и интенсивность развития городских поселений; большая насыщенность и теснота связей между поселениями и внутри них; разнообразие выбора (место работы, виды общения, отдыха и т.д.) и большая плотность контактов; динамичность (скорость эволюции расселения, т.е. во времени и пространстве, с данным понятием сопряжено понятие «горизонтальная мобильность»); иерархичность (соподчиненность различных форм расселения, с данным понятием сопряжено понятие «вертикальная мобильность»); многофункциональность (выполнение формами расселения различных функций); эффективность (неравномерность различных форм расселения с точки зрения необходимых затрат для достижения результата). Данные признаки урбанизированного общества укладываются в основу для определения векторов городского образа жизни, которые оказывают воздействие на формирование городского костюма. Теоретическая модель формирования городского костюма демонстрирует влияние векторов городского образа жизни на функциональную сторону и визуальный строй костюма.

Большое количество жителей способствует росту производительных сил и снижению материальных затрат на них, формируется разнообразие объектов промышленности. Горожане, в свою очередь, испытывают большое количество стрессов, ведут поиски психологического комфорта. В итоге возникает необходимость в комплектности и многослойности одежды, которая успешно реализуется. Также многослойность одежды отвечает на потребность горожанина к переходу от малого пространства к большому. Многослойность рождает отсутствие четкой формы: костюм горожанина в средней массе является не ярко выраженным.

Рост внимания в городской среде к отдельной личности способствует повышению интереса к образному решению. Высокая степень информатизации создает предпосылки для частой смены мод.

Городской костюм имеет разделение назначений одежды по возрасту и комбинаторность за счет членения костюма на мелкие составляющие. Современный носитель костюма имеет возможность комбинировать различные предметы своего гардероба, в итоге получается масса вариантов для различных случаев жизни.

Основа городского костюма – функциональность, удобство в ношении. Простая комфортная форма городского костюма приближается по форме к не урбанизированным образцам – народному костюму. Форма народного костюма выверена веками, является удобной для совершения движений. Этнический стиль давно уже «приспособил» для современной одежды формы костюма разных народов мира [3.С.39].

Субъектами образа жизни выступают социальные группы и подгруппы, социальные слои общества. Существует ряд исследований в области взаимосвязи образа жизни и стратификации населения города.

Н.Е. Тихонова [4.С.65] выделяет три группы городского населения. Бедные слои, характеризующиеся низким уровнем ресурсной обеспеченности. Средние слои, которые не однородны по своему составу, и именно здесь происходит переход от неблагополучной к благополучной части общества. Богатые слои, которые имеют значительные сбере-жения, наиболее выгодную жилищную ситуацию и доминирование ориента-ции на карьеру и бизнес.

Автор книги «Урбанизация и воспитание» А.Г. Левицкая [5.С.28-29] различает восемь типов образа жизни, соответствующие определенным видам поселений. Высокоурбанизированные внедомашний и семейный, среднеурбанизированные неустроенный и старческий, малоурбанизированные традиционный и новый, неурбанизированные традиционный и старческий.

И.Н. Иванова [6.С.315-318] разделяет население по стилю жизни и потребительскому поведению. Стиль потребления формирует 6 типов личностей: гедонистический – 76,2 %; активный (ак-тивная жизненная позиция) – 69,4 %; экстравагантный – 62,5 %; традиционный – 46,4 %; спортивный – 47,5 %; альтруистический – 16,7 %.Данные типы личности практически не встречаются в чистом виде, горожанин может принадлежать одновременно к нескольким видам и формировать сложный образ.

В городской среде также существуют группировки молодежных субкультур. Это является социально обусловленным феноменом, так как, с одной стороны, группировки культивируют протест против общества взрослых, его ценностей и авторитетов, но, с другой стороны, именно они призваны способствовать адаптации молодежи к этому обществу. Молодежные группировки являются небольшими эпицентрами нарождающейся культуры. Впоследствии некоторые из группировок, благодаря большей жизнеспособности, оказывают значительное влияние на последующие десятилетия.

Социальное деление горожан проявляется в костюме. В отечественном костюме XX века, несмотря на его мозаичность, В.Е. Семенов выделяет четыре базовые типы советского менталитета, которые совпадают с четырьмя основными видами одежды [7.С.268]. Это социалистически-капиталистический; агрессивный; индивидуалистическо-капиталистический; православно-христианский.

Потребителей моды как одного из видов инноваций А.Б. Гофман в книге «Мода и люди» делит на пять категорий [8.С.120]. «Инноваторы» – пионеры, экспериментаторы в области функционирования моды, самая малочисленная группа. «Ранние усвоители» – лидеры, требующие особого внимания со стороны окружающих. «Раннее большинство» – подражатели, рассудительные. «Позднее большинство» – консерваторы и скептики. «Отстающие» – традиционалисты.

Понятие «одежда» существует для всех горожан, понятие мода – не для всех. Элита и низшие маргинальные слои общества – среда, в которой рождаются модные направления. Элитные слои в целом формируют моду, активно участвуют в моде, ее распространяют. Низшие слои не проявляют интерес к моде, живут в замкнутом мире. Дизайнеры одежды осуществляют поиски новых решений в маргинальной среде, обрабатывают идеи и выносят

на публику как новую моду. Наиболее активное участие в потреблении моды принимает средние слои, что связано с их неустойчивым социальным положением [8.С.53]. Средний слой, самый многочисленный и разнообразный, перенимают моду элиты, стремясь поднять свой социальный уровень. Одежда для носителя приобретает смысл театрального костюма, в котором горожанин играет определенную роль, костюм помогает перевоплотиться, изменить свой образ и поведение. Костюм способствует социальной мобильности.

Современная мода – это не тотальная мода, а много мод, адресованных к разным группам потребителей, которые имеют различное образное решение. Чем сложнее структура общества, тем богаче традиция, тем разнообразнее одеяния [9. С.72]. В городской социальной среде можно выделить группы образов моды: яппи, метросексуал, бобо, противоречивый потребитель, подросток, студент социальный, it girl, копир, экстремал, протестант, трекинг, мимикрон, старик, жена, домашняя хозяйка, маргинал. Все группы мобильны, границы групп сформированы нечетко. Каждая из групп имеет свои характерные черты костюма, которые базируются на основе общепринятого городского костюма.

Данные группы, в основном, не концентрируются только в одной социально-культурной группе или в одном социальном слое, а распределяются по многим группам с преобладанием в некоторых из них. Образы городской моды с ярко выраженной индивидуалистической позицией успешных людей (яппи, метросексуал, бобо) преобладают в группах с высокой степенью дохода, но также встречаются в группах со средними доходами, что демонстрирует стремление к вертикальной мобильности данных горожан. Образы городской моды с выражением приоритетов к моде (метросексуал, it gerl, конспиратор) распределены по группам с высоким и средним доходами. Образы городской моды, в которых главным выступает признак удобства физического или психологического и функциональности (трекинг, мимикрон), преобладают в группах со средним доходом. Образы городской моды, которые противопоставляют себя обществу (протестант, экстремал, маргинал), находятся в группах со средними и низкими доходами и низким социальным статусом. Данные группы в условиях урбанизированного общества иногда становятся начинателями модных течений. Существуют группы, которые нейтральны по отношению к костюму, моде: старик, домашняя хозяйка, маргинал. Количество горожан в группах неравномерно. Социально-демографическая группа студентов – самая разноликая группа с преобладанием социально-активных образов городской моды (бобо, противоречивый потребитель, студент социальный, мимикрон активный, нестабильный).

Костюм существует неотрывно от человека и среды – это соединительная оболочка с внешним миром, переходное звено. Среда воздействует на сознание, поведение человека. Одежда вбирает в себя внешние сигналы среды. Но одежда также вбирает в себя внутренние проявления носителя костюма. Через костюм человек не только получает информацию извне, но и сообщает

информацию окружению. При помощи одежды человек приспосабливается к окружающим его условиям, как природным, так и социальным.

Изучение потребностей групп горожан по отношению к потреблению моды, одежды и количественные характеристики данных групп дают возможность построения прогнозирования потребления социумом в области моды и одежды. Прогноз моды основывается, во-первых, на методе циклического формообразования – «формальный» [1.С.52], во-вторых, на методах социологических исследований: на основе прогнозирования образа жизни, демографическом прогнозе, прогнозе занятости, уровне образования и т.д. Второй вид прогноза является более прогрессивным, т.к. он выявляет основные векторы развития общества и позволяет формировать образное решение костюма. Развитие костюма, с одной стороны, имеет закономерности в повторении. Природа каждого преобразования формы в одежде циклична [10.С.271]. С другой стороны, костюм складывается под влиянием набора некоторых ценностей – психологических, социальных, экономических, а также визуальной эстетической ценности пространственно-пластического образа: то с опорой на силуэт, то с опорой на ткань, то с опорой на движение фигуры носителя и его поведение. Для прогноза важны мода улиц, места скопления людей, места досуга, премьеры в различных областях жизни. Применение влияния векторов городского образа жизни на костюм в различных группах образов моды дает возможность прогнозирования городской моды совместно с прогнозированием при помощи методов циклического формообразования. Исследование циклических и социально-психологических изменений общества играет важную роль для получения полной картины прогнозирования развития костюма в обществе.

Библиографический список

1. Композиция костюма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г.М.Гусейнов [и др.] – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 431 с.

2. Пивоваров, Ю.Л. Современная урбанизация/ Ю.Л.Пивоваров. – М.: Изд-во Российского открытого университета, 1994. – 48 с.

3. Розенблюм, Е.М. Роль личности художника в формировании стиля/ Е.М. Розенблюм // Проблемы формализации средств художественной выразительности. – М., 1980. – С. 38-40.

4. Тихонова, Н.Е. Социальная структура современной России / Н.Е. Тихонова // Тезисы докладов и выступлений на II Всеросс. социол. конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы»: в 3 т. Т 3. – М.: Альфа-М, 2003. – С. 65-67.

5. Левицкая, А.Г. Урбанизация и воспитание/ А.Г.Левицкая. – Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1989. – 159 с.

6. Иванова, И.Н. Стиль потребления как социокультурный процесс и способ идентификации: дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.06 / Иванова Ирина Николаевна. – Саратов, 2005. – 489 с.

7. Семенов, В.Е. Типология российских менталитетов и имманентная идеология России/ В.Е. Семенов //Вестник СП6ГУ. – 1997. – Сер. 6, Вып. 4. – С. 267-269.

8. Гофман, А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения/ А.Б. Гофман. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.

9. Волошина, С.И. Идейно-политические предпосылки моды в отечественной культуре XX века: дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.01/ Волошина Светлана Ивановна. – Нижневартовск, 2004. – 115 с.

10. Петушкова, Г.И. Проектирование костюма: учебник для высш. учеб. заведений/ Г.И.Петушкова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 414 с.

Статья принята в печать в окончательном варианте 13.12.2006 г.

S.V. Valiulina

FORMING OF A TOWN CLOTHES AND WAY OF TOWN FASHION

Urbanization has an influence on development and organization of certain lifestyle of any person. Lifestyle consists of many factors which exert influence upon clothes of a townsman. A clothes of a townsman is functional, simple and comfortable, it has vivid solution. Inside of town environment we can single out groups of fashion way: yappy, metro sexual, bobo, contradictory customer, teenager, social student, it's a girl, copyist (imitator), extreme, protester, tracings, mimicron, old man, wife, housewife, marginal. Each of those groups has typical characteristics of clothes which develop on basis of common model of clothes of a townsman.