

Выбор коммуникативных кодов в современной визуальной культуре (на примере прически)

Светличная И. В.

Омский государственный технический университет

В статье представлен обзор коммуникативных кодов, участвующих в прочтении художественно-эмоциональных текстов прически. Проведено сопоставление коммуникативных кодов и стилей причесок с константами причесок и формами культуры. Выдвинуто предположение о том, что изменение одного из трансляционных каналов текста прически, влечет не только реорганизацию констант прически, но и изменение коннотационного значения прически. Определена роль коммуникативных кодов в трансляции, восприятии и интерпретации текста прически в современной визуальной культуре.

Ключевые слова: семиотика, прическа, форма культуры, стиль, денотат, коннотат, код, константа, коммуникант.

Социокультурная коммуникация в современном обществе зависит от поведенческого компонента человека, который характеризуется внешним представлением о себе и реализуется через компоненты внешности. В современной культуре наряду с другими репрезентантами внешности (костюм, аксессуары, визаж, дизайн ногтей), прическа становится одним из активных смыслонасыщенных компонентов образа человека.

На процесс формирования семиотики прически большой отпечаток откладывает искусство, мода и индивидуальное восприятие предпосылок формирования культуры ее носителем, что оказывает влияние на социализацию человека. Прическа в данной ситуации является отражением живой действительности, в которой сосуществует человек. Поэтому прическа, как и любые другие средства визуализации должна участвовать в обмене социокультурной информацией.

Семиотика современной прически, выполняя коммуникативную функцию, не только рассказывает об особенностях культуры, но и дает возможность человеку сигнализировать о своей индивидуальности окружающим. При этом сама прическа является способом установления коммуникации между кодами и источником информации, благодаря которым формируется образ человека в культуре.

Понимание культуры посредством прочтения текста прически несводимо только к восприятию её внешних проявлений, коммуникантам необходимо воспринимать и интерпретировать социокультурные предпосылки выбора эмоционально-художественных средств прически (констант), которые передаются посредством коммуникативных кодов. Поэтому одна из проблем современной визуальной культуры заключается в понимании социальной значимости семиотики прически. Интересными для изучения становятся предпосылки выбора культурных кодов коммуникантами и реакция коммуникантов на коннотационные значения прически. В связи с чем возникает ряд вопросов: какие коммуникативные коды можно отнести к области семиотики прически в визуальной культуре? как коммуникативные коды влияют на передачу текста прически от коммуниканта к реципиенту?

Наполнение семиотики прически зависит от социокультурных факторов исторического периода ее формирования (денотаций) и культурного периода ее восприятий (коннотаций). Это связано с тем, что культура за все предшествующие эпохи вобрала в себя классические параметры и особенности развития исторических периодов. В то же время культура впитывала различные национальные характеристики, технологические, политические и

социальные трансформации, созданные человечеством. Данные факторы влияют на изменение культурных ценностей и появление модных трендов в визуализации.

Мода развивается в условиях разнообразия стилей, но некоторые из них определяются как востребованные [2, с. 194-195]. Таковыми являются классический, романтический, фольклорный, спортивный и авангардный стили. С учетом многообразия видов и назначений причесок рассмотрение востребованных стилей будет проводиться на основании наблюдений исследователей, которые в современной эпохе выделяют элитарную, массовую и народную культуры [10, с. 239].

Элитарная культура создается профессионалами. Девиз элитарной культуры — «Искусство ради искусства» [5, с. 510]. В современной визуальной культуре появляются прически, которые создаются только для шоу-показов и дефиле. Такие прически характеризуются сложной организацией констант и создаются с целью передачи внутреннего мира автора, его уровня социокультурного развития и трансляции новых тенденций в моде. Воспринимать семиотику зрелищных причесок способен узкий круг реципиентов.

Народная культура создается анонимными творцами, не имеющими профессиональной подготовки. Она отражает духовные поиски народа через мифы, легенды, сказки, поговорки, пословицы, песни, танцы [10, с. 241-242]. Прически народной культуры с колоритными константами используются для представления на культурных мероприятиях с целью передачи этнических ценностей коммуникантов.

Массовая культура по сравнению с элитарной и народной культурой обладает меньшей художественной ценностью [10, с. 245-247]. Массовая культура реагирует на новое событие и стремится его отразить, поэтому образцы массовой культуры быстро меняются. Прически массовой культуры отражают принадлежность к профессии, полу, возрасту, социальной страте и характеризуются простой организацией констант. Такие прически входят в поле массовой культуры, так как создаются с целью передачи внутреннего мира коммуниканта и его социокультурных предпочтений.

В качестве ответа на социокультурную потребность в позиционировании семиотики прически как канала передачи культурных ценностей возникают коды, характерные для элитарной, массовой и народной культуры. Дж. Фиске для различия смыслового наполнения любых текстов культуры предлагал использовать «широкие» и «ограниченные» семантические единицы [11]. В связи с особенностями развития представленных форм культуры и функционирования в них прически как семиотического компонента можно предположить соответствующие каналы передачи для каждой из этих форм культуры. Для трансляции образов массовой культуры необходимо выбирать широкие семиотические коды, понятные всему обществу. Для трансляции образов элитарной культуры – ограниченные коды. Для трансляции образов народной культуры – ограниченные коды, но данные образы также внедряются и в массовую культуру и становятся близки широкому кругу общества, то есть наблюдается проникновение кодов.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что к элитарной культуре могут относиться прически авангардного стиля, к народной культуре – этнического, а к массовой культуре – классического, романтического и спортивного стилей. Для утверждения данного предположения далее будут подробно рассмотрены семиотика представленных стилей, их функции в культурных формах и характерные культурные коды, лежащие в основе социокультурной коммуникации, классификация которых представлена К.Д. Скрипником. В своей теории он предложил использовать универсальные коммуникативные коды, такие как текстуальные, социальные и интерпретативные [9], которые способствуют доступности стиливого текста причесок и форм культуры для представителей разных социальных страт и народов.

Авангардный стиль можно наблюдать в зрелищных прическах и прическах субкультур [8, с. 101]. Он характеризуется динамикой, экспрессией, нестандартными решениями и отражает с доминантой модные тенденции. Взаимосвязь с темпераментом, характером, мимикой и пластикой тела отсутствует. Денотатом является сложная организация констант,

характеризующаяся ломаными линиями и контрастом цвета [8, с. 101]. В процессе восприятия формируется коннотативное значение, заключающееся в донесении текста о смешении таких характеристик, как свобода духа и отстранение от социокультурных норм. Поэтому семиотика причесок в авангардном стиле является самой сложной в понимании реципиентами.

Предпосылками выбора кодов являются правила игры, в которых доминирует особая эстетика, отличимая «аномальностью» от стандартов общества [6], характеризующаяся непохожестью, непокорностью, не желанием поддаваться регулированию с чьей либо стороны. В связи с этим можно выявить ограниченные коммуникативные коды, понимание и восприятие кодов объясняется узкими рамками социокультурных предпочтений основной массы общества и разнополярными внутренними переживаниями создателей причесок.

Текстуальные эстетические коды прически в авангардном стиле проявляются через константы причесок, транслирующие принадлежности к художественному течению или направлению в искусстве и индивидуальные предпочтения коммуникантов. Текстуальные стилистические коды прически означают принадлежность к современной визуальной культуре и передают текст о стремлении к самопрезентации в условиях массовой культуры. Текстуальные медиа-коды выбираются с целью подчеркивания несоответствия текста прически общепринятым правилам и требованиям медиа-среды.

Интерпретативные перцептуальные коды означают особенности зрительного восприятия коммуникантов, которое формируется в зависимости от социокультурных предпочтений реципиентов и является разнополярным. **Интерпретативные** идеологические коды означают текст, в котором закодирован нереальный эмоциональный фон внутреннего образа и который посредством смешения стилевых особенностей проявляется во внешних повседневных образах.

Социальные товарные коды нацелены на означение модных трендов с целью самопрезентации. Социальные регуляторные коды ярко означают принадлежность к нестандартной профессиональной деятельности коммуникантов. Социальные поведенческие коды означают правила игры, нацеленные на выделение неординарной личности коммуниканта и реципиента. **Социальные** телесные коды применяются редко, так как особенности внешних параметров коммуникантов означаются слабо.

Социальные коды в семиотике причесок авангардного стиля, характерного для элитарной формы культуры используются неактивно. Авангардный стиль выбирается представителями общества, для которых важна репрезентация. Современный человек обременен свободой самоидентификации, он находится в лабиринте идентичностей [1, с. 70]. По словам И.О. Котлярова идентификация является социологическим механизмом социализации, которая сопровождается усвоением принятых другими людьми норм, знаний; накопление опыта социально одобряемого поведения; принятие типичных для социальной группы черт и поведенческих проявлений; принятие и следование нормам личности, значимо для человека [4, с. 13]. Внутри культуры семиотика прически данного стиля доносит текст о позиции «выделение из толпы» любыми невербальными средствами [7]. Семиотика прически рассказывает об игровой «аномальности» образа, и требует насыщения широкими кодами, в связи с необходимостью их восприятия в обществе.

Этнический стиль можно наблюдать в прическах повседневного и специального назначения [6]. В тексте прически закодированы культурные традиции определенного этноса. Прически взаимосвязаны с пластикой тела, темпераментом и характером коммуникантов. Денотатом является органичная комбинация констант, характеризующаяся плавными ритмичными линиями, естественным цветовым решением и доминированием фактуры [8, с. 100-101]. В процессе восприятия выявляется коннотативный смысл, заключающийся в гармонии с природой, сдержанности в рамках культурных традиций, простоте понимания эмоционального фона внутреннего образа. В связи с этим можно выявить широкие и ограниченные коммуникативные коды.

Текстуальные эстетические коды прически означают предпосылки выбора колоритных констант прически. Текст говорит об органичных отношениях коммуникантов с миром природы. Текстуальные массмедиа-коды означают способы распространения информации о сохранении народных традиций.

Социальные телесные коды прически означают темперамент коммуникантов. Социальные товарные коды прически означают доминирование природной гармонии над модными предпочтениями коммуникантов. Социальные регуляторные коды прически означают принадлежность к профессиональной или непрофессиональной деятельности, связанной с изучением и развитием народных культур. Социальные поведенческие коды прически означают правила игры, отличающиеся от сложившихся стандартов социального поведения.

Интерпретативные перцептуальные коды прически означают восприятие коммуникантов как уравновешенных личностей реципиентами. **Интерпретативные** идеологические коды прически означают принадлежность коммуникантов к этносу.

Интерпретативные коды в семиотике прически этнического стиля, характерного для народной формы культуры, используются редко. Комбинация ограниченных и широких текстуальных и социальных кодов выбирается коммуникантами для передачи текста о предпочтении культурных ценностей определенного этноса [7] соответствующими вербальными средствами. В процессе социокультурной коммуникации представленные коды способствуют передаче информации о способах сохранения традиций народной культуры и о гармонизации «внутренних» и «внешних» параметров коммуникантов средствами народной формы культуры. Семиотический текст прически требует насыщения широкими кодами, в связи с необходимостью их понимания не только определенным этносом, но и широким массам в обществе и коммуникантами всех народных культур.

Классический стиль можно наблюдать в прическах повседневного, делового и вечернего назначения [6]. Он характеризуется как строгий, сдержанный, минималистичный. Денотатом является геометрическая организация констант, монохромное цветовое решение и доминирование формы над элементами. В процессе восприятия выявляется коннотативный смысл, который заключается в донесении текста о гармонии, логике, стабильности эмоционального фона внутреннего образа [8, с. 100], [3, с. 158]. В связи с этим можно выявить широкие коммуникативные коды.

Социальные телесные коды в семиотике причесок классического стиля означают, возраст от 30–40 лет, уравновешенный темперамент коммуниканта. Данная информация поддерживается посредством социальных поведенческих кодов, выражающихся посредством четких и целеустремленных движений тела и жесткой формы прически, вытянутой на затылке. Социальные регуляторные коды означают принадлежность к деловой профессиональной сфере коммуникантов. Социальные товарные коды используются для означивания высокой ступени в страте.

Текстуальные массмедиа-коды являются значимым средством распространения текста данных причесок. Массмедиа-коды означают правила и требования, характерные для делового мира, такие как доступность, лаконичность, интеллект через отсутствие лишних деталей. Они поддерживаются **текстуальными** эстетическими кодами, означающими эмоциональную власть и силу коммуникантов над окружающими через четкий контур. Текстуальные стилистические коды означают временные рамки принадлежности к визуальной культуре и доносят текст о стремлении к развитию через форму, целеустремленность через линии, четкость в принятии решений через цвет.

Интерпретативные перцептуальные коды, выражающиеся посредством понятных констант, означают простоту в ощущении формы коммуникантами и реципиентами. **Интерпретативные** идеологические коды означают интерес коммуникантов к политическим и социальным событиям.

Текстуальные и интерпретативные коды в семиотике причесок классического стиля являются дополняющими. Широкие социальные коды, как доминирующие, выбираются

коммуникантами для передачи текста о позиции «завоевания доверия» понятными невербальными средствами. Данный текст выбирается для трансляции представителями общества с целью репрезентации в деловой сфере [7].

Романтический стиль можно наблюдать в прическах повседневного, специального и вечернего назначения [6]. Он характеризуется как мягкий, текучий, декоративный. Денотатом является овальная организация констант: изогнутые вертикальные и диагональные линии движения волос, нюансное цветовое решение и доминирование элементов над формой. В процессе восприятия выявляется коннотативный смысл, заключающийся в донесении текста о сексуальном, нежном, легком, воздушном и текучем эмоциональном фоне коммуникантов и реципиентов [8, с. 100], [3, с. 156]. В связи с этим определяются широкие коммуникативные коды.

Текстуальные эстетические коды прически означают эмоционально-психологические характеристики стиля посредством динамичных, витиеватых, текучих, плавных форм. Текстуальные стилистические коды прически – временные рамки принадлежности к визуальной культуре. Текстуальные массмедиа-коды – правила коммуникационной игры с целью продажи привлекательного образа.

Интерпретативные перцептуальные коды означают гармоничность коммуникантов и социокультурные предпочтения реципиентов. Так как романтические прически полисемантичны и используются коммуникантами разных социальных слоев, то **интерпретативные** идеологические коды означают социальную страту через способы обработки волос.

Социальные телесные коды означают не всегда гармоничные внешние параметры, так как характерные элементы позволяют оптимизировать индивидуальные особенности внешности и неустойчивого темперамента – мягкими и текучими характеристиками. Социальные товарные коды означают модные предпочтения носителя, читающиеся посредством выбранной фактуры. Социальные регуляторные коды означают принадлежность к творческой профессиональной деятельности. Социальные поведенческие коды означают гендерные правила игры коммуникантов.

Социальные и интерпретативные коды в семиотике причесок романтического стиля являются дополняющими. Широкие текстуальные коды, как доминирующие, выбираются коммуникантами для передачи текста с целью привлечения внимания противоположного пола пластичными и сексуальными невербальными средствами. Романтический стиль выбирается представителями общества, для которых важна позиция репрезентации у противоположного пола [7].

Спортивный стиль можно наблюдать в прическах повседневного назначения [6]. Он характеризуется удобством в эксплуатации и простыми решениями в организации. Денотатом является организация констант посредством естественных силуэтов и линий, повторяющих изгибы тела. В процессе восприятия выявляется коннотативный смысл, заключающийся в донесении текста о гармоничном и динамичном эмоциональном фоне внутреннего образа [8, с. 101], [3, с. 158]. В связи с этим определяются широкие коммуникативные коды.

Интерпретативные перцептуальные коды прически означают особенности восприятия коммуникантов самих себя и реципиентов как идеальных. **Интерпретативные** идеологические коды проявляются неактивно, так как семиотика данных причесок универсальна для коммуникантов любой расы, социальной страты и политических убеждений.

Социальные телесные коды означают спортивные внешние параметры коммуникантов вне зависимости от его темперамента. Социальные товарные коды означают модные предпочтения. Социальные регуляторные коды означают принадлежность к спортивной профессиональной деятельности коммуникантов. Социальные поведенческие коды означают правила игры социального поведения коммуникантов, связанные с культом спорта.

Текстуальные эстетические коды прически означают предпосылки выбора минимального набора констант прически. Текстуальные стилистические коды транслируют контроль над физическими возможностями. Текстуальные массмедиа коды означают требования, доносящие информацию о телесности коммуникантов в рамках специальных мероприятий.

Текстуальные и социальные коды в семиотике причесок спортивного стиля являются дополняющими. Широкие интерпретативные коды, как доминирующие, выбираются коммуникантами для передачи текста о позиции «принадлежности к культу тела» простыми невербальными средствами. Спортивный стиль выбирается представителями общества, для которых важна позиция комфорта в репрезентации [7].

В процессе коммуникации, представленные коды классического, романтического и спортивного стилей, характерные для массовой культуры, способствуют передаче информации о социокультурных условиях, модных тенденциях и о гармонии в образе «внешних» и «внутренних» параметров средствами массовой формы культуры. Тексты причесок массовой культуры зачастую понимаются коммуникантами любых социальных страт.

В результате можно утверждать, что константы прически транслируют ее семиотику посредством коммуникационных кодов к определенной форме культуры. Каждый из представленных и рассмотренных коммуникативных кодов является смыслонаполненным, многогранным и взаимодополняющим. В семиотике причесок современной культуры всегда наблюдается доминанта каких-либо кодов. Прием активного позиционирования кодов в процессе понимания семиотики прически коммуникантами разных социальных групп является предопределяющим при узнавании стиля. Это связано с процессом восприятия и интерпретации констант прически, организация которых является контрастной у разных стилей.

Представленная кодировка не является постоянно устойчивой и изменяется под влиянием социокультурных условий, места передачи информации и цели коммуникативного процесса. Коммуникативные коды выбираются с учетом констант прически формируемого стиля и с целью самопрезентации коммуникантов через соотношение «внутреннего» и «внешнего» в формируемом образе. Условия понимания текстов причесок зависят от доступности культурной кодировки и эмоциональных особенностей личностей коммуникантов, а также являются значимыми для выявления изменений, которые происходят в культуре и находят отражение в семиотике прически. В связи с этим возникает необходимость во внедрении знаний о взаимодействии констант прически и коммуникативных каналов их трансляции, в процесс прочтения текстов любой культуры.

Список литературы

1. Бельчич, Д. Ю., Апухтина, Н. Г. Концепты культуры в постнеклассической философии // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2012. № 2 (30). С. 68-70
2. Гофман, А. Б. Мода и люди: новые теории моды и модного поведения. 4-е изд., испр. и доп. Москва: КДУ, 2010. 228 с.
3. Килошенко, М. И. Психология моды: теоретические и прикладные аспекты. Санкт-Петербург: СПбГУТ, 2017. 194 с.
4. Котлярова, И.О. Педагогические аспекты повышения качества результатов межкультурной социализации научно-педагогических работников // Вестник ЮУрГУ. 2017. Т. 9. № 3. С. 8–21.
5. Маркова, А.Н. Культурология. История мировой культуры. Москва: ЮНИТИ, 2010. – 600 с.
6. Мода [Электронный ресурс] / Журнал «Vogue». Режим доступа: <https://www.vogue.ru/fashion/> (дата обращения: 29.09.2018).

7. Стилль [Электронный ресурс] / Журнал «Долорес». Режим доступа: <http://doloreslife.ru/cntnt/stil-1.html> (дата обращения: 21.09.2018).
8. Светличная, И.В. Прическа как доминантный компонент семиотики образа в культуре повседневности // Перспективы исследования в науке: Теория и практика: The Collection of Scholarly Papers. Volume V Edited by V. Dolzhikov (Лондон. 19-20 ноября 2016 г.). Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Глобальное партнерство по развитию научного сотрудничества», 2016. С. 97-104
9. Скрипник, К.Д. Семиотический глоссарий: определения знака в семиотике Ч.Пирса [Электронный ресурс] / CREDO NEW теоретический журнал. – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/406/29> (дата обращения: 05.05.2018).
10. Флиер, А.Я. Культурология для культурологов: учебное пособие для магистрантов и аспирантов, докторантов и соискателей, а также преподавателей культурологи. 2-е издание, исправленное и дополненное. Москва: МГУКИ, 2009. 705 с.
11. Fiske, J. Introduction to Communication Studies. London: Routledge, 2002. 224с.

© И.В. Светличная, 2018