

УДК 008**Солнечный нигилизм как макротенденция 2020-х гг.****Сысоева Ольга Юрьевна**

Доцент,
кафедра дизайна костюма,
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина,
115035, Российская Федерация, Москва, ул. Садовническая, 33;
e-mail: olgasysoeva@bk.ru

Никитина Валентина Борисовна

Магистрант,
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина,
115035, Российская Федерация, Москва, ул. Садовническая, 33;
e-mail: valintinka98@mail.ru

Аннотация

В объектив данного исследования попадает такое явление, как нигилизм, характеризующийся отрицанием устоявшихся ценностей и норм. Феномен нигилизма находит отражение в эстетике, концепциях и философии как ряда модных домов, выстраивающих свою художественную стратегию на принципах бунтарства и отрицания, так и в коллекциях модных брендов, воспринимающих нигилизм исключительно как модную тенденцию. Исследование наводит фокус на макротенденцию «солнечный нигилизм» 2025 года, характеризующуюся отказом от роскоши, отрицающей навязанные идеалы «правильной» жизни, дискредитацией социальных маркеров, что в визуальных образах сезонных коллекций читается как вектор на комфорт, нейтральную цветовую гамму, многослойность, силуэт «кокон», простые лаконичные формы и линии. В заключении показано, что тенденция эстетики нигилизма нашла отклик во многих брендах, зачастую далеких от нигилистической философии, явно противоречащей их основной концепции, идеям и ценностям бренда. В итоге это становится формой самоиронии, но также и способом манипуляции сознанием потребителей. Широкое распространение эстетики нигилизма свидетельствует о том, как быстро адаптируются настроения. и будоражащие идеи заполняют визуальное поле, обостряя зародившиеся в обществе трансформации сознания.

Для цитирования в научных исследованиях

Сысоева О.Ю., Никитина В.Б. Солнечный нигилизм как макротенденция 2020-х гг. // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 9А. С. 406-418.

Ключевые слова

Солнечный нигилизм, нормкор, социальные тенденции, Венди Сайфред, деконструктивизм, минимализм, агендерность, многослойность, силуэт «кокон», эстетика нигилизма, образ девушки XIX века, бренды Calcaterra, Balenciaga, Vetements, Fendi, Rick Owens, Courrèges, Carven, Khaite.

Введение

Нигилизм, как явление, тесно связано с выводами философов материалистов и позитивистов – представителей общественной мысли 1850-60-х годов – М. А. Бакунина (1814-1876), литературного критика и теоретика Д. И. Писарева (1840-1868), публициста Н. А. Добролюбова (1836-1861) и писателя Н. Г. Чернышевского (1828-1889). Просветители, выступавшие против идеалистов 1840-х, они, в силу максималистского характера русского народа, трансформировали просвещение в нигилизм, связывая его в России с революционно-демократическим движением, связывая его с отказом от идеологии самодержавия. Таким образом, нигилизм, понимаемый русской радикальной мыслью, был неотделим от связи с научными исследованиями.

Основная часть

В общественном сознании нигилизм тесно связан с романом Тургенева «Отцы и дети», в котором нигилизм представлен как философское явление, зародившееся в среде русской разночинной интеллигенции 1860-х гг., отвергавшей феодально-крепостнические порядки и традиции, опираясь на материализм и отрицая все, что нельзя доказать. Русский нигилизм включал в себя как критическое и деструктивное отношение к современному обществу, так и программу радикальных реформ. Важными ракурсами радикального нигилизма были "разрушение эстетики", борьба с "чистым" искусством, превращение искусства в "приговор" действительности. На фоне социальных перемен, связанных с развитием экономики и промышленности, нигилизм в России стал особым типом политико-правовой идеологии, отличаясь атеистическими и материалистическими взглядами, увлечением естественно-научными опытами, отрицанием существующего общественного строя и стремлением к его разрушению. Проповедующий «разумный эгоизм» в сочетании с индивидуализмом и верой в лучшее будущее для народа, нигилизм подвергал критике социальное бездействие.

Всемирно хорошо известно, что следствием социальной трансформации, сопровождающей нигилизм и политические реформы, стало освобождение крестьян от крепостного права. Таким образом, нигилизм – как философское направление – стал импульсом для общекультурного движения, объединяющего тех, для кого главной ценностью была свобода личности.

Наиболее активными последователями нигилизма в России были молодые женщины, стремящиеся получить независимость от мужчин и найти свое место вне рамок патриархальных устоев. Идя против традиционной жизненной программы, заданной обществом, женщина не могла полностью отказаться от навязанного обществом императива брака, поэтому ей приходилось нести двойную ответственность – как за традиционно мужской труд, так и за семью – детей и домашнее хозяйство.

Так, на фоне данного социо-культурного контекста сформировалась новая поведенческая модель молодых девушек-нигилисток с грубоватыми манерами, в полумужских костюмах, с книгой в руках, что стало неожиданностью для консервативного патриархального социума. Стремящиеся попасть в университеты, девушки были настроены не просто получить высшее образование, но стать полезными, самостоятельными личностями, но социум был напуган и не готов к подобным проявлениям перемен.

Наиболее ярко образ нигилистки XIX века представлен в картине Н.А. Ярошенко «Курсистка» (Рис. 1.), противопоставляющей новый тип молодой женщины сложившемуся в дворянской семье образу «кисейной барышни» конца XIX в. (Рис. 2.), воспитанной в духе

традиций институтов благородных девиц.



Рисунок 1. Н.А. Ярошенко «Курсистка»



Рисунок 2. К.Е. Маковский. Портрет жены художника Ю.П. Маковской

Выходящий из-под контроля традиционных сословных императивов, противопоставляющий себя социуму, образ курсистки начинает играть важную роль, становясь символическим посланием, иллюстрирующим разрыв и с сословием, и с семьёй. Именно так – через внешний вид, характеризующийся отказом от роскоши и подражанием мужчинам – образованные женщины транслировали свои идеи свободы и равенства: простое тёмное шерстяное платье с белыми манжетами и воротником; коротко подстриженные и ровно уложенные волосы; очки в форме полукруга; мужской пояс и шляпа; плед поверх пальто или вместо верхней одежды.

Подобный образ не был привязан ни к какому определенному сословию – ни к аристократии, ни к монашеству, ни к дворянству, ни к крестьянству, ни к купечеству – что означало конфликт со всем социумом сразу, осуждающим прежде всего за внешний облик и «прогрессивные» манеры поведения.

Так, знаковый облик нигилистки стал посланием обществу о том состоянии сознания, которое фактически объединяло интеллигенцию в субкультуру. Оставаясь практически неизменным на протяжении 100 лет, идея облика нигилистки-интеллигентки трансформировалась от демонстративного общественного протеста до респектабельности интеллигентной женщины.

Новый виток развития нигилизм получает в 2020-х, что тесно связано с громким выходом книги Венди Сайфрет «Солнечный нигилизм. Как отказ от поиска смысла может сделать нас по-настоящему счастливыми». Автор – американская журналистка, актуализирует тему нигилизма, связывая новый феномен с появлением нового поколения «зумеров», воспитанного на идеях гиперпродуктивности и «успешного успеха». Молодые люди, рожденные в обществе потребления XXI века отказываются от навязанных, ставших традицией маркеров успеха, и ищут то, что действительно приносит счастье.

Освобождаясь от эгоцентризма и преувеличенной значимости достижений, они борются «за расовую справедливость, реальную защиту окружающей среды, прекращение насилия со стороны полиции, инвестиции в безопасное жилье... отдают приоритет общественному, а не личному» [Революционный нигилизм, 2012, С. 228]. То есть в фокусе их внимания не столько собственная значимость, сколько более глобальные социальные вопросы.

Согласно Венди Сайфрет, выбор велосипеда вместо автомобиля, сортировку мусора, участие в трудовых протестах, отказ от работы в хорошо оплачиваемых, но нравственно сомнительных отраслях, критика сексизма, расизма и классовой дискриминации – все это своего рода акты солнечного нигилизма.

Так, можно заметить, что модные дома и бренды, чувствительные к вибрирующему пульсу времени обращаются к эстетике нигилизма, отвечая на запрос аудитории, отрицающей навязанные идеалы «правильной» жизни, наполненные социальным статусом, принадлежностью к профессии и другие социальные маркеры.

Несмотря на то, что социальный нигилизм как массовое движение было сформулировано Венди Сайфред только к 2021 году, зарождение этого явления в фэшн-дизайне можно проследить и ранее в таком эстетическом направлении, как нормкор (термин появился в 2013г в США. Стиль характеризуется простотой, агендерностью, оверсайзом, сдержанной цветовой гаммой).

Подиумам 2020-х свойственно преобладание закрытой темной многослойной одежды, окутывающей в кокон (Рис. 3.), подобно пледу - как отличительному элементу женского костюма с портрета Ярошенко, так и широкому плащу с капюшоном – Bure – дорожному платью

пилигримов (Рис. 4.) – знаковой одежде XII века – времени появления термина и философии нигилизма, авторство которой, согласно хронологии, предложенной Н. О. Лосским (1870-1965) в «Истории русской философии» приписывается учёному-схоласту Петру Ломбардскому (ок. 1095— 1160).



Рисунок 3 - Ретроспектива силуэта "кокон" на подиуме 2020-х годов



Рисунок 4 - Кентерберийские пилигримы. Миниатюры из иллюминированной рукописи «Осады Фиа» Джона Лидгейта, 1455- 62 годы

Так, на первый план образных решений сезонных коллекций сезона осень-зима 2024-25, выходят агендерность, вектор на комфорт, нейтральная цветовая гамма, многослойность, силуэт «кокон», простые лаконичные формы и линии.

Например, как в сезонной коллекции CALCATERRA осень-зима 2024–2025 (Рис. 5.) вдохновлена концепцией материи, её веществом и преобразующим потенциалом. В коллекции преобладают натуральные материалы, сдержанная цветовая гамма, простой геометрический силуэт и конструктивные элементы, укутывающие в «кокон».



Рисунок 5 - Calcaterra fall-winter 2024-25

За процесс создания образа новой нигилистки ответственно поколение миллениалов Y, в лице дизайнеров, переживших ряд экономических кризисов и социальных потрясений. Уставшие от погони за постоянно меняющимися маркерами успеха, они создают эффекты непричастности к какой-то конкретной социальной группе, резонирующие с молодежной аудиторией, стремящейся к самовыражению и свободе выбора. Даже бренды, отдающие предпочтение обилию декора и деталей, переосмысливают понятия красоты через призму минимализма и лаконичности, делая коллекции более сдержанными и элегантными.

Так, Демна Гвасалия (род. 1981 г.) для модного дома Balenciaga создает утрированные объемы, смелые формы, сложные драпировки и в целом одежду, которая формирует сильный, провокационный и закрытый образ (Рис. 6.): доминирующая монохромная цветовая гамма в темных тонах противопоставляет коллекции модного дома Balenciaga модному миру, отрицая принятые правила игры, ломая устойчивые шаблоны тенденций, демонстрируя и притягательность, и отчужденность одновременно. Подобно тому, как нигилистки XIX века вызвали дискуссии и разногласия, образы Демны Гвасалии поняты не всем, но не оставляют равнодушными социум, провоцируя новый дискурс.

Они уже успели переосмыслить моду и дать отклик на зародившуюся тенденцию. Уставшие от индивидуализации капитализма, они начинают обращаться в сторону коллективизма, концентрируясь на идеях позитивного нигилизма, выстроенного на идее удовольствия от жизни, возможного исключительно при тенденции на замедление ритма жизни. «Новые нигилисты

подавлены проблемами, стоящими перед миром, которые они унаследовали, но поскольку они считают жизнь бессмысленной, они вынуждены действовать, поскольку им больше нечего терять. Эта группа устала от существующих систем, и они выбрали нигилизм, чтобы смириться с тем фактом, что никто не придет их спасать, поэтому они пытаются спасти самих себя.



Рисунок 6 - Balenciaga Pre-Fall 2024

Так, в своем начальном проекте Vetements братья Гвасалия так же обращаются к эстетике нигилизма (Рис. 7.), демонстрируя гипербъемы в сочетании с минимализмом, простым кроем, многослойностью и иронией ключевые коды модного дома, явно иронизируя над обществом потребления, являясь неотъемлемой его частью. Насмехаясь над идеальными кутюрными коллекциями на один сезон, модный дом Vetements бросает вызов обществу, побуждая задуматься в смысле происходящего. Осознанно уродуя моду, он демонстрирует игнорируемые социальные тенденции такие как, бодипозитив, гендерная амбивалентность, феминизм и отказ от традиционных стандартов красоты и привлекательности.



Рисунок 7 - Vetements Pre-Fall 2024

Образ современной нигилистки, скрывающий женственные формы, так же как и почти 200 лет назад представляет собой «кокон», отгораживающий ее от внешнего мира, концентрируясь на собственной рефлексии. Нейтральные цвета, чистые линии, простые формы, минимум деталей, лаконичность и простота – все вместе отражает отрицание излишества.

Интегрированные элементы униформы, деятелей интеллектуального труда, подчеркивают аспекты общности и конформизма, которые нигилизм критикует. Такие коды можно найти в коллекции Fendi курорт 2024 (Рис. 8.). Главный дизайнер Стефано Пилати (род. 1965 г.) соединяет прошлое и настоящее, черпая вдохновение из 1920-х и 1960-х годов, переосмысляет образ флэппера (Прозвище эмансипированных молодых девушек 1920-х годов, олицетворявших поколение «ревущих двадцатых») 1920-х, созданного под влиянием русских нигилисток, делая акцент на свободе от стереотипов, не привязываясь к гендерным рамкам.



Рисунок 8 - Fendi Resort 2024

Преобладание эстетики, отражающей нигилистические идеи, выражается в использовании темной цветовой палитры, асимметричных формах и деконструированных элементах. Так, модный дом Rick Owens в коллекции весна-лето 2024 (Рис. 9.), используя элементы антиутопии и абсурда, деформирует одежду, отрицая сложившиеся эстетические концепции фэшн-дизайна, призванные украшать и подчеркивать сексуальность.

Нигилизм на подиуме отражает поиски идентичности в мире, в котором традиционные ценности подвергаются сомнению. На первый план выходят эксперименты с материалами, текстурами и фактурами, акцент на тактильность, поскольку философия нигилизма во время становления отрицала все, что «нельзя потрогать».

Показы весна-лето 2025 так же демонстрируют коды нигилизма, такие как силуэт простой геометрической формы и кокон, униформа, мрачная цветовая гамма, акцент на фактуру и форму, многослойность и агендерность, минимализм, утилитаризм, деконструктивизм.



Рисунок 9 - Rick Owens Spring Summer 2024



Рисунок 10 - Courrèges Spring Summer 2025

Коллекция Николя Ди Феличе (род. 1983 г.), созданная для сезонной коллекции весна-лето 2025 (Рис. 10) модного дома Courrèges вдохновлена концепцией циклов и лентой Мёбиуса. Одежда сочетает в себе такие коды эстетики нигилизма, как черный цвет, отсутствие декора и детализовки, геометрические силуэты.

Carven весна-лето 2025 (Рис. 11.) представляет вещи простых геометрических силуэтов, черного цвета с белыми акцентами, многослойные образы, напоминающие кокон. Креативный

директор бренда Луиз Троттер (род. 1969 г.) сделала акцент на чувственности и игре фактур. Она продолжила исследовать геометрию фигур (в частности прямоугольника), обращать внимание на спину изделия, выворачивать и оставлять «недоделанными» вещи.



Рисунок 11 - Carven Spring Summer 2025

Khaite весна-лето 2025 (Рис. 12.) демонстрирует образы, обволакивающие тело и скрывающие его от суеты этого бренного Мира. Кэтрин Хольштейн (род. 1983 г.) создала многослойные сложные образы, сочетающиеся с простыми геометрическими формами, преимущественно в черном цвете. Костюмы не допускают лишних деталей, украшением служат лишь фактуры.



Рисунок 12 - Khaite Spring Summer 2025

Международное агентство WGSN (Worth Global Style Network) сформировало портрет потребителя и потребительские настроения на 2025 г., выделив «солнечного нигилиста» в отдельную группу потребителя поколений Y и Z, аргументировав это озабоченностью молодых людей состоянием экономики и экологии, политическим напряжением в мире.

«Мода, как модель темпоральности, превращает макротенденции будущего в философское осмысление прошлого. Возвращение к уже созданным в предшествующие эпохи формообразующим костюмам, интерпретирование исторических стилей в системе новейшей моды становится отличительной чертой культуры конца XX - начала XXI веков» [10 стр. 85].

Выводы

Макротенденцию нигилизма на подиуме можно проследить уже с 2020 года, сформированную после пандемии как отклик на общественное настроение. Более ярко эстетика нигилизма проявляется в осенне-зимний сезон, за счет преобладания темной цветовой гаммы, многослойности и верхней одежды.

Тенденция эстетики нигилизма наша отклик во многих брендах, зачастую далеких от нигилистической философии, явно противоречащей их основной концепции, идеям и ценностям бренда. В итоге это становится формой самоиронии, но также и способом манипуляции сознанием потребителей.

Широкое распространение эстетики нигилизма свидетельствует о том, как быстро адаптируются настроения. и будоражащие идеи заполняют визуальное поле, обостряя зародившиеся в обществе трансформации сознания.

Библиография

1. Вознесенская А. П. Образ женщины-нигилистки как отражение смены ценностной парадигмы в культуре России XIX в. // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2012. №2.
2. Ильичев И.Е., Лазарева С.А. Нигилизм: понятие и классификация // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России № 1 (73) 2017. С. 32-39
3. Ицкович М. А. Новые люди 1860х годов в исторической памяти конца XIX начала XX века // Известия Самарского научного центра РАН. 2010. №2-1.
4. Ицкович М. А. Субкультура русского нигилизма 1860 х годов и её социальная направленность // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. №6-1.
5. Михайлов А.А., Романова К.Е., Червова А.А. Образ женщины-нигилистки как отражение смены модных тенденций XIX века // № 2 (362) Технология текстильной 150 промышленности 2016 г. С. 150-154.
6. Моисеенко Л. И. Нигилизм как фактор социокультурного развития// Омский Научный Вестник N1, 2005г. С. 8-11.
7. Революционный нигилизм // Вестник. Московского. Университета. Сер. 12. Политические науки. 2012. № 1. С. 38-49.
8. Сайфрет В. Солнечный нигилизм// изд. Бомбора, Москва 2022, с. 254
9. Стайтс Р. Женское освободительное движение в России: феминизм, нигилизм и большевизм, 1860–1930 / Пер. с англ. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004.
10. Сысоев С.В., Попадью А.С. Цитирование как глобальная эстетическая концепция в системе фэшн-дизайна начала XXI века// Особенности механизма создания коллекций в новейших условиях [Электронный ресурс]: монография. – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 161 с.). – Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2022г. – 79-85 стр.
11. Тишкин Г.А. Женский вопрос в России в 50–60 гг. XIX в. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1984.
12. Ширинянц А. А. Из истории самоопределения гражданского общества в России: разночинная интеллигенция 1860-1870 гг // Вестник ННГУ. 2014. №6.
13. Шоломова Т.В. Эстетизация нигилизма в русской литературе XXI века: К вопросу о пространственных и временных границах явления //Общество. Среда. Развитие 1 3 2015. С. 121-127

Solar nihilism as a macro trend 2020 years

Ol'ga Yu. Sysoeva

Associate Professor,
Costume Design Department,
Russian State University named after A.N. Kosygin,
115035, 33 Sadovnicheskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: olgasyssoeva@bk.ru

Valentina B. Nikitina

Master student,
Russian State University named after A.N. Kosygin,
115035, 33 Sadovnicheskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: valintinka98@mail.ru

Abstract

The phenomenon of nihilism, characterized by the denial of established values and norms, falls into the lens of this study. The phenomenon of nihilism is reflected in the aesthetics, concepts and philosophy of a number of fashion houses that base their artistic strategy on the principles of rebellion and denial, as well as in the collections of fashion brands that perceive nihilism exclusively as a fashion trend. The study focuses on the macro trend of "solar nihilism" in 2025, characterized by the rejection of luxury, which denies the imposed ideals of "proper" life, discrediting social markers, which in the visual images of seasonal collections is read as a vector for comfort, neutral colors, layering, silhouette "cocoon", simple concise shapes and lines. In conclusion, it is shown that the trend of nihilist aesthetics has found a response in many brands, often far from the nihilistic philosophy, which clearly contradicts their basic concept, ideas and values of the brand. As a result, it becomes a form of self-irony, but also a way of manipulating consumers' minds. The widespread aesthetic of nihilism is evidence of how quickly moods adapt and exciting ideas fill the visual field, exacerbating the transformations of consciousness that have arisen in society.

For citation

Sysoeva O.Yu., Nikitina V.B. (2024) Solnechnyi nihilizm kak makrotendentsiya 2020-kh gg. [Solar nihilism as a macro trend 2020 years]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (9A), pp. 406-418.

Keywords

Sunny nihilism, normcore, social trends, Wendy Seyfried, deconstructivism, minimalism, agenderism, layering, cocoon silhouette, aesthetics of nihilism, image of a girl of the 19th century, brands Calcaterra, Balenciaga, Vetements, Fendi, Rick Owens, Courrèges, Carven, Khaite .

References

1. Voznesenskaya A. P. The image of a nihilist woman as a reflection of a change in the value paradigm in the culture of Russia in the 19th century. Wednesday. Development (Terra Humana). 2012. No. 2.

2. Ilyichev I.E., Lazareva S.A. Nihilism: concept and classification // Bulletin of the Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia No. 1 (73) 2017. pp. 32-39
3. Itskovich M. A. New people of the 1860s in the historical memory of the late 19th and early 20th centuries // Proceedings of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. 2010. №2-1.
4. Itskovich M. A. Subculture of Russian nihilism of the 1860s and its social orientation // Proceedings of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, 2009, No. 6-1.
5. Mikhailov A.A., Romanova K.E., Chervova A.A. The image of a nihilist woman as a reflection of changing fashion trends of the 19th century // No. 2 (362) Technology of the textile chemical industry, 2016, pp. 150-154.
6. Moiseenko L. I. Nihilism as a factor of socio-cultural development // Omsk Scientific Bulletin No. 1, 2005, pp. 8-11.
7. Revolutionary nihilism // The messenger. Moscow. University. Ser. 12. Political sciences. 2012. No. 1. pp. 38-49.
8. Sayfret V. Solar nihilism // ed. Bombora, Moscow, 2022, p. 254
9. Stites R. The Women's liberation movement in Russia: feminism, Nihilism and Bolshevism, 1860-1930 / Translated from English – Moscow: Russian Political Encyclopedia, 2004.
10. Sysoev S.V., Popadko A.S. Citation as a global aesthetic concept in the fashion design system of the early 21st century // Features of the collection creation mechanism in the latest conditions [Electronic resource]: monograph. – Electronic publishing house - Electron. text data. (1 pdf file: 161 p.). Nizhny Novgorod: NOO "Professional Science", 2022, 79-85 p.
11. Tishkin G.A. The women's issue in Russia in the 50s and 60s of the 19th century – Leningrad University Publishing House, 1984.
12. Shirinyants A. A. From the history of self-determination of civil society in Russia: the Diverse intelligentsia of 1860-1870 // Bulletin of the National Research University of the Russian Academy of Sciences, 2014, No. 6.
13. Sholomova T.V. Aestheticization of nihilism in Russian literature of the XXI century: On the issue of spatial and temporal boundaries of the phenomenon // Society. Wednesday. Development 1 3'2015. pp. 121-127