

Ю. В. Кузьменкова, магистрант.
Научный руководитель – Н. Е. Шелупенко,
кандидат культурологии, доцент

МОДА В КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА

Где начинается и где заканчивается мода в эпоху массовой культуры – ажиотажа потребления, бурного развития медиа, рекламы и массовых развлечений, эпоху тотального расширения интернет-ресурсов, глобализации культуры, техногенных катастроф, природных катаклизмов и других явлений, будоражащих современное общество, – актуальный вопрос мирового масштаба.

Мода – понятие многогранное. Существует множество интерпретаций термина *мода*. Современная мода не ограничивается сферой одежды и аксессуаров, мода – это стиль жизни, манера поведения, частица человека, страны, народа, мыслей, занятий, профессий. Мода – это проводник между социальными и культурными идеями и повседневностью, транслятор и преобразователь идеалов эпохи, реализуемых, в том числе, и во внешнем виде человека (костюм), среде его обитания (объекты жизнедеятельности человека), совокупном образе жизни. Моду определяют и как форму общественного потребления или коммуникацию (М. Холбрук, Г. Диксон) [5, s. 110].

Сегодня мода – явление глобальное, она распространяется через актуализацию модных стандартов, реализованных в модных объектах. Если *модный стандарт* – это разновидность культурных образцов (способов, вариантов поведения), то *модные объекты* – это вещи, в которых модные стандарты находят свое воплощение (идеи, образцы). *Модные тенденции (тренды)* оперируют эфемерной вещью – образами, которые отсылают к различным вариантам понимания красоты и выражают новое в культуре. Мода, таким образом, участвует в создании идеалов красоты и формировании культурных ценностей.

Понятие *мода* сегодня актуализируется в нескольких контекстах. Во-первых, *мода как социокультурное явление*. Так, мода позволяет атрибутировать внешний вид в соответствии с желаемым или реальным социальным положением, религиозной, национальной принадлежностью. Отражая особенности эпох, мода во многом

раскрывает жизнь прошлого, способна репрезентировать настоящее, заключает в себе способность заглянуть в будущее или сконструировать его. Сегодня мода оперативно реагирует на события в жизни мировой общественности, выступая в то же время одним из мощных социальных регуляторов поведения широких слоев населения [1, с. 7].

Во-вторых, моду рассматривают в контексте *взаимодействия с искусством*, подразумевая реализацию эстетических представлений и идеалов эпохи посредством художественных практик. Тенденция взаимодействия моды и искусства проявилась еще в начале XX в., когда мода активно обращается к различным видам искусств как к источникам инспирации. Эволюция форм, пропорций, колористических решений моды теснейшим образом связана с тенденциями развития изобразительного искусства.

В-третьих, моду понимают как *индустрию* – влиятельную институциональную систему, с многоуровневой структурой и специфическими компонентами, образующую профессиональную область деятельности сферы моды и производящую модные образцы. Во многих странах индустрия моды имеет прочные национальные корни. Институциональную систему моды упорно игнорируют большинство теоретиков. Тем не менее в настоящее время она является критерием прогресса развивающейся страны [2, с. 15].

Мода синтезирует в себе различные виды деятельности, аккумулирует различные виды культурных и художественных практик. Сегодня она выступает агентом, связывающим локальное и глобальное в культурах.

В современном белорусском обществе явление *мода* актуализируется в триаде перечисленных контекстов: мода как социокультурное явление, взаимодействие моды и искусства, мода как индустрия.

Индустрия моды выступает одним из критериев индустриально развитых и развивающихся стран. Вопрос о становлении данного феномена в Беларуси неизменно вызывает полемику. Можно с уверенностью констатировать факт, что в Беларуси индустрия моды есть, но уровень ее развития уступает уровню тех стран, где сфера моды является одним из источников финансового роста национальных экономик:

– в стране осуществляется получение высшего образования по специальности «дизайнер» и другим профессиям, смежным с миром моды;

– в последние три года в Беларуси наблюдается рост консалтинговых центров по имиджу, стилю, модным тенденциям и современному этикету, обучающих искусству нравиться людям и достигать успеха;

– средства масс-медиа транслируют темы индустрии моды и красоты. Возникают сайты и порталы профессиональной тематики в сети Интернет. Появляются специализированные печатные издания: первый журнал о моде и стиле «ЭШ», «Fashion-Collection», «IKON» и др.;

– с 2010 г. действует международное профессионально-культурное мероприятие – Белорусская Неделя моды (Belarus Fashion Week);

– создан и успешно функционирует Белорусский союз дизайнеров (БСД), объединяющий более 500 специалистов в области индустриального и графического дизайна, проектирования малых форм, интерьеров и оборудования, рекламы, арт-дизайна, модельеров, педагогов и теоретиков дизайна. Основные цели союза – развитие и пропаганда творческой деятельности дизайнеров, защита авторских прав, профессиональных, экономических и социальных интересов; повышение эффективности вклада дизайна в развитие культуры и экономики государства [4];

– действуют центры моды и красоты, воспитывающие профессионалов сферы моды. Проводятся соответствующие конкурсы республиканского и международного уровня. Регулярно организуются тематические мероприятия в форматах клубов и домов культуры.

Мода взаимодействует с искусством: модные дизайнеры черпают вдохновение для своих проектов, коллекций, образцов, обращаясь к произведениям изобразительного искусства, кинематографу, театру и даже народному эпосу. В мировой практике таких примеров много. Центры современного и классического искусства часто выступают местом презентаций проектов моды. Так, в апреле 2013 г. Национальный художественный музей Беларуси открыл двери для первой Минской Недели моды (MSK fashion week). Программа модных показов, тематических конференций и встречи профессионалов сферы моды и индустрии красоты в атмосфере художественного искусства демонстрируют синтез моды и искусства.

Изучение *моды как социокультурного явления* все чаще выступает предметом научных исследований. Социально-культурная среда Беларуси все динамичнее реагирует на мировые тенденции повседневного образа жизни, идеи и идеалы. Сегодня актуально определение моды как совокупности эстетических норм и технологических требований к повседневным практикам, отражающим ценности и стереотипы, присущие эпохе. Культура повседневности современного белорусского общества демонстрирует приверженность повседневным практикам и мировоззрению как восточной культуры, так и западной, двум разным пониманиям мира и типам духовности. Культура Беларуси отличается самобытностью, стремится к сохранению национальных характеристик, но будучи культурой транзитивной, в силу исторических особенностей становления и развития нации, она подвергается влиянию различных культурных веяний и традиций, разделяет как восточный, так и западный образ жизни. Белорусское общество транслирует синтез восточных и западных практик и образцов. Полистилизм как вектор развития моды, диктуемый мировыми тенденциями, связан с процессами глобализации и демократизации. В моде и образе жизни актуально как следование мировым культурным образцам, так и приверженное цитирование национальных белорусских мотивов.

В культурологии утверждается понимание мира как мультикультурной реальности. мода, с характерными для нее признаками динамизма, перемен, стремлениями к нововведениям, живо транслирует особенности разных культур и способствует обретению локальными культурами особой значимости в мировом культурном пространстве. Таким образом, мода участвует в поддержании диалога между культурами.

Механизм моды, установленный в конце XIX – начале XX в., основанный на обязательности и единообразии, уступил место игровой логике, основанной на личном выборе. Основной лейтмотив современной моды – гедонистическая и гипериндивидуалистическая этика, отвечающая чаяниям общества с ценностями удовольствия и личной свободы [3, с. 208]

Современная мода – это проявление культурной ориентации, индивидуальности, мировоззрения, эстетических пристрастий и ценностей через внешний вид, манеру поведения, совокупный образ жизни. Стремление к проявлению индивидуальности в своей внешности, объектах окружающей действительности – характерная тенденция современной культуры общества.

Модные тенденции созвучны постмодернистской культуре – культуре, неуклонно преодолевающей пропасть между старым и новым, созданным и создаваемым. Мода эклектична, согласована с открытым обществом современного типа. Новые стилистические модели существуют рядом с классическими.

Современная мода знаменует возникновение нового отношения к идеалам, первенство демократических ценностей и ускоренный темп жизни. Непрерывная циркуляция в обществе все новых вещей и смыслов содействует прогрессу всего человечества. Исследование стремится обозначить господствующую историческую тенденцию, трансформирующую многие стороны социокультурной жизни. Мода как феномен современной культуры отражает проблемы и поиски современного человека [3, с. 289].

Мода стала глобальной и в то же время индивидуальной. Следует подчеркнуть ее присутствие в различных областях социальной жизни, культуре и поведении человека. Мода была и остается явлением в значительной мере неуловимым. Вместе с тем она – феномен, оказывающий влияние практически на все области социально-экономической и культурной жизни.

1. Демшина, А. Ю. Мода в контексте визуальной культуры : вторая половина XX – начало XXI в. / А. Ю. Демшина – СПб. : Астерион, 2009. – 88 с.

2. Кавамура, Ю. Теория и практика создания моды / Ю. Кавамура; пер. с англ. А. Н. Поплавской; науч. ред. А. В. Лебсак-Клейманс. – М. : Гревцов Паблицер, 2009.

3. Липовецкий, Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе / Ж. Липовецкий; пер. с фр. Ю. Розенберг; под науч. и лит. ред. А. Маркова. – М. : Новое лит. обозрение, 2012. – 336 с.

4. Официальный сайт республиканского союза – Белорусского союза дизайнеров (БСД) [Электронный ресурс]. – URL: <http://unid.by/>. – Дата обращения: 17.03.2013.

5. Holbrook, M. B. Mapping the Market for Fashion : Complementarity in Consumer Preferences / M. B. Holbrook, G. Dixon // The Psychology of Fashion / M. R. Solomon (ed.). – Lexington, MA : Lexington Books, 1985.