

Бугаенко А.В., студ. гр. 104 ФКиСКД
БГУКИ
Научный руководитель – Шелупенко Н.Е.,
кандидат культурологии

МОДА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Мода – сложное и противоречивое явление, характерное для всех сфер жизни человека. Мода присутствует не только в предметах одежды, но и в образе жизни, в быту, в интерьере, в литературе и музыке, в образе мышления. Мода оказывает значительное влияние на жизнь современного человека, она формирует нормы поведения, нормы внешнего вида, нормы общения.

Слово «мода» (французское *mode* и немецкое *mode*) происходит от латинского слова *modus* – мера, правило, предписание, способ, образ. Именно в значениях «способ» и «образ» оно использовалось веками во французском языке и используется по сей день. В русский язык слово «мода» пришло в XVII веке и распространилось в XVIII веке. В эпоху Петра I оно означало «образец», «манер», а позже мода стала ассоциироваться с понятием «обычай» [1, с.122].

Однозначного определения такому явлению как мода в современной науке не существует. Традиционно мода трактуется как непродолжительное господство определенного типа стандартизированного массового поведения, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего, предметного) окружения людей.

Под модой так же понимают периодическую смену образцов культуры и массового поведения.

С точки зрения И.Кона мода – кратковременная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно, под влиянием доминирующих в данный период в данном обществе настроений, вкусов, увлечений [4, с. 196].

Мода – временное единство и массовое распространение внешних форм культуры. В сферу действия моды входят одежда, образцы поведения, формы быта, эстетические и художественные вкусы, внешние формы промышленных изделий и т. п. Распространение моды опирается на психологические механизмы (подражание, внушение), благодаря которым она быстро приобретает массовый характер. Одна из главных особенностей моды – ее изменчивость, кратковременность, однако она вполне поддается эстетической оценке. В то же время считать ее чисто эстетическим явлением не следует, так как она формируется и под влиянием определенных общественных условий [2, с.60].

А. Смит в “Теории нравственных чувств” отмечал влияние моды не только на одежду и мебель, но и на нравственность, музыку, архитектуру, подчеркивая особое значение элитарных слоев как объекта подражания для остального населения. Это было связано с возрастанием роли буржуазии в современном ему обществе (ранее, при господстве феодально-сословного строя, подобное подражание было невозможно). Г.Спенсер утверждал, что в основе возникновения моды лежат стимулируемые стремления подчеркнуть свое равенство с лицами с более высоким статусом.

Значительный вклад в теоретическое осмысление моды внес Г.Зиммель, который связывал ее существование с необходимостью удовлетворения двойственной потребности человека: отличаться от других и быть похожим на других. Зиммель утверждал, что мода существует только в обществах с классовой бессословной структурой, с которой она тесно связана. Развитие моды происходит следующим образом: высшие классы стремятся посредством внешних, хорошо различимых признаков продемонстрировать свое отличие от низших; последние же, стремясь к достижению более высокого статуса, овладевают этими признаками, присваивают их, тогда представители высших классов вынуждены вводить новые отличительные знаки своего высокого положения (новые моды), которые вновь заимствуются низшими классами, и т.д.[2, с.60].

Природе моды свойственны: релятивизм (быстрая смена модных форм), цикличность (периодическая обращенность в прошлое, к традициям), иррациональность (мода обращена к эмоциям человека, ее предписания не всегда соотносятся с логикой или здравым смыслом), универсальность (сфера деятельности современной моды практически не ограничена; мода обращена ко всем сразу и к каждому отдельно). мода выступает как внешнее оформление внутреннего содержания общественной жизни, выражая уровень и особенности массового вкуса данного общества в данное время [3, с.315].

Выделяют следующие важнейшие функции моды: коммуникативную, интеракционную и компенсаторную.

Коммуникативная функция проявляется в обмене информацией. мода выступает как особый социальный знак, символ престижа. Интеракционная функция - это средство согласования действий, способ взаимодействия. мода ориентирует на признанных лидеров, объединяет в соответствии с определенным способом поведения, стимулирует интерес к новому. Компенсаторная функция позволяет восполнять неудовлетворенные или недостаточно удовлетворенные потребности, выступая в качестве регулятора социальных потребностей.

Рассматривая специфику механизмов распространения моды, исследователи отмечают ведущую роль психологических факторов: подражание (Лебон), стремление к собственному величию (Фрейд), «желание быть значительным» (Дьюи), обретение социальной опоры (Зиммель). Наряду с этими факторами указывают еще на массовую привычку, на то, что мода выступает как оценивающая и предписывающая сила. Эффективность проявления подобных факторов зависит от качества среды действия моды: динамизма развития общества, готовности к изменениям, восприимчивости к новому [2, с.61].

На протяжении веков мода имела разные направления, обусловленные национальными особенностями, местными обычаями, культурным уровнем. Сегодня же моду нельзя четко разделить на какие-то направления. Ее все

чаще называют просто европейской, или модой по западному образцу. Приживаясь в других культурах, определенные стандарты приобретают уровень международных. Одни и те же брюки могут носить и итальянки и русские, а человек может их воспринимать как присущую его обществу особенность. История развития моды демонстрирует нам взаимодействие верности традиции и стремления к переменам. Как явление культуры мода ритуальна, поскольку она способствует постоянству культурной традиции: в любой культуре на каждом этапе ее развития существует мода.

Мода входит в жизнь каждого человека, становится одной из составляющих и формирующих повседневной жизни людей. Мода удовлетворяет потребность людей в новизне, при этом способствует адаптации общества, групп и индивидов к изменяющимся условиям их существования, как внутренним, так и внешним, развивает в социальных системах готовность к нововведениям. Она выступает как одна из знаковых систем, посредством которых происходит межличностная и межгрупповая коммуникации. Она является одним из средств приобщения человека к социальному и культурному опыту, способствует процессу социализации.

Список использованных источников:

1. Зорин В. Европейская мудрость от А до Я: толковый словарь /В.Зорин. – М.,1991. – 378с.
 2. Культурология XX век: Энциклопедия. Т2. – СПб.: Университетская книга, 1998. – 447с
 3. Новейший философский словарь /Сост. А.А.Грицанов. – М.,1998 – 564с.
- Словарь по этике /Под ред. И.Кона. – М.,1981. – 418с.