

Рахматуллина Зугура Ягануровна, Масловская Азалия Дамировна

МОДА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: СУЩНОСТЬ И СВОЕОБРАЗИЕ

Статья посвящена исследованию моды как актуализирующегося в условиях постмодерна социокультурного феномена, проявляющегося в самых разнообразных сферах человеческой деятельности и культурного пространства: во внешности, в поведении, в общении, в окружении и творчестве современного индивида. Авторы рассматривают сущность, своеобразие, ценностные смыслы моды, ее взаимоотношения с культурными традициями и особенности функционирования в меняющемся мире и жизни человека.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/49.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (43): в 3-х ч. Ч. I. С. 165-167. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

SOCIETY'S CRISIS WORLD VIEW AND GLOBALIZATION: HUMANITY'S PROBLEMS AND PROSPECTS

Rasskazov Leonid Dement'evich, Ph. D. in Philosophy
Krasnoyarsk State Medical University
atropos@bk.ru

The article examines the crisis of society's world view in historical and current contexts. The attempt is made to identify the general trends of society's world view crisis in different epochs by analyzing the works of foreign and domestic philosophers. The author believes that in globalization context it is necessary to build the future on the basis of the regulation of two components of society's world view: 1) humanistic moral values as well as 2) environmentally friendly modern technologies.

Key words and phrases: globalization; spirituality; crisis; crisis world view; world view; transition society; philosophy; value.

УДК 1:316

Философские науки

Статья посвящена исследованию моды как актуализирующегося в условиях постмодерна социокультурного феномена, проявляющегося в самых разнообразных сферах человеческой деятельности и культурного пространства: во внешности, в поведении, в общении, в окружении и творчестве современного индивида. Авторы рассматривают сущность, своеобразие, ценностные смыслы моды, ее взаимоотношения с культурными традициями и особенности функционирования в меняющемся мире и жизни человека.

Ключевые слова и фразы: мода; феномен; общество; ценность; социальный престиж; социальная культура; постмодернизм; духовные и культурные новации.

Рахматуллина Зугура Ягануровна, д. филос. н., профессор
Масловская Азалия Дамировна
Бакирский государственный университет
faia7@yandex.ru; zozol@mail.ru

МОДА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: СУЩНОСТЬ И СВОЕОБРАЗИЕ[©]

В «Словаре иностранных слов» понятие «мода» (фр. *mode* < от лат. *modus* мера, образ, способ, правило, предписание) определяется как господство в определенное время в определенной среде тех или иных вкусов в отношении одежды, предметов быта и т.п. [4, с. 325]. «Толковый словарь русского языка» также интерпретирует значение «моды» как совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной общественной среде в определенное, обычно недолгое время [5, с. 361]. В философских и культурологических справочниках и словарях под модой понимается кратковременная форма стандартизированного массового поведения, возникающая под влиянием доминирующих в данный период и в данном обществе настроений, вкусов, увлечений и др. Многообразие зарубежных и отечественных концептуально-методологических позиций к пониманию феномена моды свидетельствует о том, что сегодня не существует однозначного ответа на вопрос о квинтэссенции моды, но они единодушны в одном: мода – явление социальное, многоуровневое, многофункциональное, требующее внимательного и комплексного изучения. С течением времени господствующее значение приобретает подход к осмыслению моды как социокультурного феномена, как инструменту культурной, общественной и психической регуляции, обусловленному фундаментальными значениями и тенденциями эволюции общества. Несомненно то, что мода – социальное явление циклического характера, повторяющееся частичное изменение внешних форм и эталонов культуры и массовых нравов, клише приемов подобного поведения, тесно связанные с тенденциями эволюции общества и доминирующими ценностями, эталонные и шаблонные поступки и деяния, осуществляемые множеством индивидуумов в ходе их каждодневного общения.

Мода – специфическое, рожденное постоянным стремлением человеческого духа к совершенству, оригинальности и неповторимости среди себе подобных образование, подобное «неуловимой синей птице», трудно поддающееся однозначной дефиниции и порождающее противоречивые суждения как в массовом сознании, так и в исследовательской литературе самых различных направлений. Социальная философия, социология, культурология, эстетика, семиотика, психология, педагогика и др. проявляют сегодня особый научный интерес к этому удивительному феномену в социокультурной истории как одной из специфических форм материализации современной человеческой духовности – единства добра, истины и красоты – в процессе межличностного общения и ответственного события, требующей особой заботы и правильного «преподнесения» массовому поклоннику. Как справедливо подчеркивают исследователи, центральная задача духовной жизни сегодняшнего общества и активно участвующего в ней современного человека – «учитывая вызов современности, двигаться к духовности как взаимно поддерживающей ответственности... Здесь открывается захватывающая перспектива разворачивания «жампани» по пропаганде того, что стоит пропагандировать. Здесь

необходимо учитывать тонкость предмета, которая требует полного исключения его профанации, банализации. И одновременно важно сосредоточиться на закреплении в общественном сознании представления об ответственном участии каждого человека в духовной жизни общества как нормы, необходимой участи и об уклонении от такого участия как аномалии, несомненно заслуживающей общественного осуждения и неизбежно его получающей» [1, с. 78]. Как социально-эстетическая норма, обладающая огромным духовно-воспитательным потенциалом на пути к самосовершенствованию (художественно-эстетическому, нравственному) личности, мода, как правило, выражается в конкретно-чувственной и оценочной форме, предлагая индивиду право выбора: «как должно» или «как не должно» одеваться, причесываться, общаться, вести себя в обществе, и выступает сегодня как активное духоформирующее начало. Как известно, в ходе многообразных коммуникаций индивиды оказывают воздействие друг на друга, и одной из ее форм выступает взаимная трансляция отличительных черт своего выразительного облика, символического поведения (манеры, мимика, жесты, речь, одежда и др.), передача внешних форм культуры, окружающих досуг, быт, сферу профессиональной самореализации человека. Процесс зарождения, самоутверждения и распространения моды основывается на специфических социокультурных потребностях и психологических механизмах: подражании, внушении, массовом «психическом заражении». Развитие и функционирование моды в культурной истории именно в широком социальном контексте приобретает особую актуальность в XIX веке вследствие происходящих социально-экономических, политико-идеологических, историко-культурных, духовно-нравственных и художественно-эстетических изменений в массовом сознании, интенсивного развития промышленной индустрии (производственно-технической революции), демократизации общественной жизни, разрушения сословных барьеров, роста мозаичности эстетических предпочтений и либерализации художественных вкусов, активизации географической и социальной мобильности, урбанизации и др. В обществе наступило время перемен, равноценных возможностей, в котором были сняты некоторые эстетические и стилевые запреты, что, в свою очередь, способствовало развитию массового поточного производства современной одежды и модных аксессуаров для облагораживания собственной внешности, различных товаров для обустройства быта, которые предоставили массовому потребителю широкие возможности для индивидуальной эстетической свободы и удовлетворения эстетических потребностей и запросов. Активизация возникающих средств связи и расширение различных каналов коммуникаций (газеты, журналы, почтовые отделения, телеграф, железные дороги, радио и др.) обусловили мобильный обмен информацией (межличностный, межкультурный, межгосударственный) по развитию различных направлений и течений моды.

Как известно, социодинамика моды носит периодический характер: в своем становлении модные стандарты и образцы проходят процесс производства, распространения, потребления и спад, объективирующийся в сокращении числа их приверженцев и последователей. Уходящие в прошлое популярные стандарты зачастую не теряют свои эстетические и стилевые смыслы и, как правило, вновь актуализируются и, проходя определенные стилевые метаморфозы и адаптируясь к требованиям современности, приобретают модное значение. Мода всегда выступает как дополнение к существующим традициям и устоявшимся формам культуры, к обычаям: не случайно В. Даль справедливо назвал моду «ходячим обычаем» [6, с. 209]. Все эти традиционные явления культуры так или иначе преломляются через моду: в обычаях аккумулируются «спрессованные» образы моды прошлого, а традиция является важным источником модных нововведений. Вместе с тем, между ними имеются несколько отличительных черт: появление моды менее жестко детерминировано, и она имеет немалое количество вариаций. С другой стороны, мода как явление самодостаточное, спонтанное, имеющее определенную зависимость от внешних обстоятельств, в то же время находит причину своего происхождения, а также пробуждения в самой себе. По сравнению с другими нормами культуры – традициями и обычаями – мода более активна, инициативна, энергична, ей свойственны цикличность и иррациональность, она быстрее передается и легче усваивается. Функционирование моды происходит преимущественно среди индивидуумов одного поколения, потому что она более кратковременна, чем традиционные нормы культуры (они как раз, наоборот, осуществляют связь поколений и несут в себе долговременную трансляцию социального опыта, сохраняют его для других поколений). Все эти нормы культуры при всех своих отличительных особенностях тесно переплетены между собой, образуя взаимный источник в эволюционном процессе формирования моды и функционирования традиции. Результат этих взаимовлияний не одинаков. Если моде характерно фрагментарное вычленение традиционных единичных элементов (например, сочетание цветов, орнамент, элементы этнического костюма и др.), на основе которых она формирует инновационные направления, подчиняя все другие составляющие комплекса выбранному оригинальному элементу, то традиции свойственна иная закономерность. Традиция, «импортируя» модный инновационный элемент, старается максимально подчинить его сложившейся структуре и вписать его в общий ансамбль, адаптировать к сложившимся традиционным комплексам. В традиции, как и в моде, достаточно активно включаются различные этнические элементы, роль которых различна. Зачастую эти иные этнические элементы, включенные в традицию, со временем могут стать этническим символом этой традиции. В моде же аналогичные заимствования из разных этнических традиционных систем приобретают преимущественно статус символов оригинальности, своеобразия, элитарности определенных социальных групп. Статус престижа приобретают традиционные элементы, которые включены в систему моды, которые обозначают собой более высоких, чем прежний, общественный статус. Если в течение продолжительного времени в традицию проникают инновационные, престижные компоненты, то закономерно следуют повышение престижности нового в традиции и снижение их привлекательности и самобытности в моде.

Источниками моды выступают также духовные и культурные новации в обществе, научные ноу-хау, технические открытия, художественное творчество, изобретение новых по своим свойствам материй и др. Мода неформально легализовывается авторитетом и господством массовой привычки и оберегается силой общественного мнения. Это явление возникает под влиянием многих возникших «здесь и сейчас» факторов: социально-экономических, духовно-психологических, культурологических, художественно-эстетических и др. Мода – явление специфическое, имеющее изменчивую природу. Для нее характерны динамичная смена форм, демонстративный релятивизм современного вкуса, «своенравие», в котором порой выражается как стилизованное до неузнаваемости смысловое созвучие традиционной эстетической норме, так и тотальное отрицание предшествовавших и откровенном навязывании новых форм, зачастую противоречащих общепринятым канонам и образцам и не во всех случаях поддающихся целесообразному объяснению. Мода рождается как безусловный образ действия и стиля жизни индивидуума, и поклонение ей связано с восприятием и подражанием актуальным «модным знакам» (манерам, вещам, предметам и др.); бесспорно, позиции по отношению к существующей моде и осмысление «модного» в различные времена менялись. Г. В. Ф. Гегель в «Философии духа» считал, что мода оказывает позитивное влияние на нравы. Он подчеркивал: «Издавна французам ставили в упрек легкомыслие, а также – стремление нравиться. Но именно благодаря этому стремлению нравиться они достигли высшей точки светского обхождения и тем самым с особым успехом возвысились над грубым себялюбием первобытного человека. Ибо это обхождение состоит как раз в том, чтобы за своими интересами не забывать другого человека» [2, с. 9].

В постиндустриальном обществе и особенно сегодня, в эпоху постмодернизма, власть моды распространяется на все существующие сферы культуры. Современная мода фигурирует в самых разнообразных областях человеческой деятельности и культурного пространства: в области производства и политики, в социальной психологии и идеологии, в мире искусства (художественной литературе, архитектуре, музыке и т.д.) и науки, в оформлении внешнего вида человека (одежде, где права ее безапелляционны, прическе, косметике, украшениях и др.), в организации среды обитания людей (интерьере, мебели, предметах обихода), в культуре общения и др. Культурное пространство современной моды расширило свои границы, искусно преодолевая территориальные, региональные, этнические и государственные масштабы и локальную замкнутость. Популярная мода предстает сегодня и в качестве преуспевающей индустрии. Индустрия, в которой «живет» мода, имеет принципы рационального специализированного производства современных и самобытных образцов. Следование моде указывает на неповторимость и оригинальность современного человека, порождает, с одной стороны, его стремление выделиться из тысяч себе подобных индивидов при помощи модной нормы и заявить о себе, с другой – дает ему возможность «жить в ногу со временем», ощущая свою сопричастность эстетическому духу своей эпохи. Быть модным – это глубинная способность «внутреннего Я» индивида, подобно художнику, творить свой собственный, неповторимый образ и свое окружение по законам добра, истины и красоты [3, с. 71]. Являясь зеркалом своего времени, мода отражает социально-политическую жизнь социума, степень и характер развития производственных возможностей, наиболее эффективные события современной жизни, окружающей человека и предъявляющей к нему, к его поведению и общению, образу жизни, внешности, быту и др. конкретные требования (от прямого предписания или ограничения до оценки его облика и действий как правильных или неправильных, прекрасных или безобразных, допустимых или нежелательных). Мода, ее нормы и императивы, вбирая в себя значимые научные идеи и культурные результаты человеческого духа, представляет собой квинтэссенцию мировоззрения, миропонимания и мироотношения современного индивидуума, его менталитета и представлений об эстетическом идеале и эстетическом вкусе.

Список литературы

1. Козлова О. Н. Социология духовной жизни. М.: РГГУ, 2004. 197 с.
2. Орлова Л. В. Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. 176 с.
3. Рахматуллина З. Я. Право на духовность: философский очерк. Уфа: АН РБ, Гилем, 2011. 132 с.
4. Словарь иностранных слов. Изд-е 18-е. М., 1989. 624 с.
5. Толковый словарь русского языка. 4-е изд-е, доп. М.: А ТЕМП, 2007. 944 с.
6. Эстетика: словарь / под общ. ред. А. А. Беляева и др. М.: Политиздат, 1989. 447 с.

FASHION AS SOCIOCULTURAL PHENOMENON: ESSENCE AND SPECIFICS

Rakhmatullina Zugura Yaganurovna, Doctor in Philosophy, Professor
Maslovskaya Azaliya Damirovna
Bashkir State University
faia7@yandex.ru; zozol@mail.ru

The article is devoted to the investigation of fashion as a sociocultural phenomenon actualizing under the conditions of postmodernism, manifesting itself in various spheres of human activity and cultural space: the appearance, behaviour, communication, environment and creativity of the modern individual. The authors analyze the essence, originality, values of fashion, its interactions with cultural traditions and the specifics of functioning in the changeable world and human life.

Key words and phrases: fashion; phenomenon; society; value; social prestige; social culture; postmodernism; spiritual and cultural innovations.