

УДК 7.012:001.891

к.т.н., доцент Н.В.Чупріна

Київський національний університет технологій та дизайну (КНУТД)

Рецензенти:

д.т.н. професор кафедри дизайну КНУТД М.В. Колосніченко

к.т.н. професор кафедри художнього моделювання костюма КНУТД

Т.В.Ніколаєва

**ВИЗНАЧЕННЯ МОДИ ЯК СОЦІО-КУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА В
СУЧАСНОМУ «СУПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ»**

У статті розглянуті основні концептуальні підходи до формування та дослідження моди на сучасному етапі розвитку. Обґрунтовано, що мода є міждисциплінарним явищем, а її вивчення засноване на критеріях та положеннях багатьох галузей наукових досліджень та є комплексною багаторівневою науковою проблемою. Мода виявляється тільки в певному соціальному контексті, що припускає соціальну мобільність. Таким чином, при дослідженні впливу моди на життя людини і на її взаємовідносини з іншими людьми важливим є міждисциплінарний підхід. Пошук критеріїв наукового обґрунтування індустрії моди заснований в основному на аналізі роз'єднаних, уривчастих, спонтанних уявлень про моду, які виникають непередбачувано і формуються в контексті спеціальних теорій, у взаємозв'язку з іншими феноменами. Дана умова вимагає систематичного комплексного вивчення наукової складової феномена моди на міждисциплінарному рівні, переорієнтацію від формулювання нерозв'язаних питань моди до їх рішення. В статті обґрунтовано, що всі бажання змін характерні для культурного життя в умовах промислового капіталізму, і це чітко відображаються в моді, але в той же час постмодерністське суспільство рухоме не тільки бажанням творити нове, але й постійною потребою і прагненням до нескінченної різноманітності.

Ключові слова. Мода, модний одяг, феномен моди, соціокультурна система, ефект наслідування, міжособова комунікація, теорія моди, модернізм, постмодернізм, характеристика моди.

В статье рассмотрены основные концептуальные подходы к формированию и исследованию моды на современном этапе развития. Обосновано, что мода является междисциплинарным явлением, а ее изучение основано на критериях и положениях многих отраслей научных исследований и является комплексной многоуровневой научной проблемой. Мода проявляется только в определенном социальном контексте, который допускает социальную мобильность. Таким образом, при исследовании влияния моды на жизнь человека и на его взаимоотношения с другими людьми важным является междисциплинарный подход. Поиск критериев научного обоснования индустрии моды основан в основном на анализе разъединенных, отрывочных, спонтанных представлений о моде, которые возникают непредсказуемо и формируются в контексте специальных теорий, во взаимосвязи с другими феноменами. Данное условие требует систематического комплексного изучения научной составляющей феномена моды на междисциплинарном уровне, переориентации от формулировки нерешенных вопросов моды к их решению. В статье обосновано, что все желания изменений характерны для культурной жизни в условиях промышленного капитализма, и это четко отображается в моде, но в то же время постмодернистское общество подвижное не только желанием творить новое, но и постоянной потребностью и стремлением к бесконечному разнообразию.

Ключевые слова. Мода, модная одежда, феномен моды, социокультурная система, эффект наследования, межличностная коммуникация, теория моды, модернизм, постмодернизм, характеристика моды.

The basic conceptual approaches of forming and research of fashion on the modern stage of development are examined in this article. It is grounded, that a fashion is the phenomenon wich touch upon a subject of different branches oh science, and its study is based on criteria and positions of many industries of

scientific researches and is a complex multilevel scientific problem. A fashion shows up only in a certain social context which assumes social mobility. Thus, at research of influencing of fashion on life of men and on his relations with other people important there is inter-disciplinary approach. Search of criteria of scientific grounding of fashion industry is based mainly on the analysis of the disconnected, fragmentary, spontaneous pictures of fashion, which arise up spontaneously and is formed in the context of the special theories, in intercommunication with other phenomena. This condition requires the systematic complex study of scientific constituent of the phenomenon of fashion at interdisciplinary level, and the orientation from formulation of open questions of fashion to their decision. In the article is grounded, that all desires of changes characteristic for cultural life in the conditions of industrial capitalism, and it is expressly represented in a fashion, but at the same time postmodernist society mobile by not only the desire to create new but also permanent necessity and aspiration to the endless variety.

Keywords. Fashion, fashionable clothes, phenomenon of fashion, socio-cultural system, effect of inheritance, interpersonal communication, theory of fashion, modernism, postmodernizm, description of fashion.

Постановка проблеми. Багатозначність феномена моди, а також змін та інновацій, які беззастережно підвладні її впливу, обґрунтувала різні методологічні підходи до дослідження даного феномена. Серед висловів учених, що вивчали феномен моди, немає єдності думок щодо ролі моди в суспільстві. Природно, що такий стан питання не міг задовільнити тих, хто прагнув пізнати це явище до кінця. В кінці XIX - на початку XX ст. назріла необхідність в створенні відособленої теорії моди, яка формує цілісне уявлення про закономірності моди та її істотні зв'язки з іншими явищами дійсності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення соціальної природи моди, її залежності від колективних настроїв, норм та цінностей - одвічна проблема філософії та соціології (А.Б.Гофман, М.Н.Топалов, Р.Б.Фішман, З.Б.Елькина). Зокрема, в історії моди, костюма і модного одягу,

виражена специфіка формування і розповсюдження модних тенденцій відповідно до особливостей розвитку суспільства і продуктивних сил (Н.М.Мерцалова, М.Н.Камінська). Дослідження моди як відособленого прояву ціннісного відношення людини до світу, а також як до сфери художньої діяльності людей здійснюється естетикою (І.В.Григор'єва). У семіотиці мода, як правило, аналізується з позицій знакової системи, яка є засобом смислового виразу. Семіотичному аналізу піддається проблема виявлення взаємозв'язків між модою як знаковою системою і тими, хто її сприймає, інтерпретує та трансформує повідомлення, які в ній містяться (Ю.М. Лотман). У психологічних і соціальних дослідженнях мода сприймається як один з дієвих засобів впливу в процесі комунікації (Г.М.Андрєєва, А.В.Коваленко, Б.Д.Паригин). Крім того, здійснювалися спроби вивчити моду і як своєрідний засіб міжособового співвідношення індивідів (В.Ю. Борєв, А.В. Коваленко, Л.В. Петров). В зв'язку з цим мода описувалася як відокремлений спосіб, образ, міра трансформації суспільної інформації (Л.В. Петров). Емоційно-регулятивний аспект моди розглядається в дослідженнях Я.Л. Коломенського, Б.Ф. Поршнева. Мода інтерпретується ними як засіб емоційної розрядки, звільнення від одноманітних вражень, які монотонно повторюються в свідомості і діють стомлююче на психіку індивіда.

Метою даної роботи є визначення компетенцій поняття «мода», її значення в розвитку сучасного суспільства, а також обґрунтування необхідності вивчення моди як комплексного всеохоплюючого міждисциплінарного явища.

Основна частина. Безумовно, першими теоретиками моди є фахівці, які вивчають історію костюма і всього, що з ним пов'язано. Саме вони почали вивчення необмеженої влади моди. Але можливостей цієї сфери знання виявилось недостатньо для того, щоб сформулювати вичерпну відповідь на питання: «Чим є феномен «мода»?»

Пошуком відповіді на це питання поступово захоплюється все більша кількість фахівців з різноманітних сфер наукового знання. У більшості теорій, які склалися в ХХ столітті, безумовно висловлені погляди ранніх реалістів, які з

легкістю сприймали те, що бачили в суспільстві за дійсність, випадкові явища і події за необхідні. У них поняття того, «що відбувається», часто було рівнозначне тому, «чому відбувається». Саме через це обґрунтування нових переконливих причин і аргументів ламає, на перший погляд, струнку концепцію.

Проте, при цьому виникає проблема формування визначеної концептуальної основи, яка б адекватно об'єднувала та взаємообумовлювала всі істотні аспекти моди як явища (закони розвитку суспільства і особи, економіку, творчість і рекламу, а можливо, і надприродні сили). Навіть короткий і поверхневий огляд наукових концепцій моди, сформульованих і обґрунтованих за другу половину ХХ століття констатує незгасний інтерес до цього феномена, в першу чергу, з боку суспільних і гуманітарних наук. Доріс Ленглі Мур зробила свого часу із цього приводу песимістичну і в той же час вельми прогностичну заяву: «Ще нікому не вдалося сформулювати такої теорії моди, в якій би автор, підкреслюючи першорядну вагу моди для своїх співгромадян, частково або повністю не заперечував би її існування в чужих цивілізаціях. Такий підхід приводить до висновків, таких же недостовірних, як і думки тих театральних критиків, які відмовляються бачити більш, чим один акт п'єси. Вердикт автора може бути правомірним, але о при цьому зберігає він всі шанси для того, щоб вважатися помилковим». [1]

В історичному плані формування та взаємопов'язаний розвиток різносторонніх теорій моди відбувалося нерівномірно, а саме, історичний контекст розвитку поведінкових відносин, що склався в суспільстві, можна описати трьома етапами. Перша хвиля сплеску наукового інтересу до питань моди спостерігалась в кінці ХІХ – на початку ХХ ст. Середина ХХ століття характеризується декількома фундаментальними дослідженнями, які присвячені, зокрема, моді як соціально-психологічному феномену і особливо в контексті розвитку форм модного одягу. У останній декаді ХХ ст. увага дослідників приділялася різним аспектам модних подій та явищ: соціальному, економічному, естетичному, психологічному та ін. Дж. Спролс відзначає

інтерес різних наук до дослідження феномена моди: «Психологи говорять про моду як про пошук індивідуальності; соціологи розглядають класову конкуренцію і соціальну відповідність нормам одягу; митці розглядають художню складову та ідеали краси; історики пропонують пояснювати еволюцію змін в дизайні. Буквально сотні точок зору розкривають в літературі більш неосяжний, чим будь-який інший феномен споживацької поведінки». [2]

М.І. Галітбарова описує внесок культурології у вивчення моди: «провідна роль у вивченні феномена моди відводиться її культурному змісту: мові моди, формуванню габітуса, смаку, значенню стильових та іміджевих маркерів, що беруть участь в процесі комунікації, вивченню архітектоніки та тектоніки форми костюмів різних країн і народів і на цих принципах досліджується взаємодія системи «мода-культура». [3]

Як відзначає А.Б. Гофман, «мода виходить за межі кожного з фрагментів людської та соціальної реальності, що розтинається на частини окремими науками. Це явище цілісне й універсальне, воно розташувалося в самих різних сферах життєдіяльності людини: економічній, психологічній, естетичній та ін. Тому дослідження моди носить міждисциплінарний характер. Значними є досягнення та можливості в цій області у історії та теорії культури, естетики, економіки, психології, соціології, етнографії, семіотики. Жодну з названих, а також багатьох інших дисциплін і проблемних областей науки неможливо ігнорувати у вивченні моди без збитку для її пізнання, оскільки кожна з них висвічує якусь грань цього багатогранного явища». [4] Звідси слідує доцільність залучення різних галузей знання - від етнографії, археології та історії культури до економіки та семіотики.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити такий висновок: з одного боку, мода вимагає деякої мобільності і гнучкості в суспільстві, а з іншого - сприяє виникненню егалітарного (урівнюючого) суспільства і стирає класові межі. Нерухомість дистрибуції знаків, якими є предмети одягу, завжди відповідає нерухомості соціальних структур. До XVI століття в Європі соціальна мобільність характеризувалася як мінімальна, а соціальна роль і статус

людини були жорстко закріплені, часто - в законах і завжди - в звичаях. Відповідно, в такому суспільстві мода з'явитися не могла. На думку Г.Тарда, Г.Спенсера, Г.Зіммеля та В.Тенніса, вона виконує функцію вирівнюючого механізму, тому що імітація - це один із засобів боротьби з нерівністю, що розмиває кастові, класові чи національні межі. Нижчі шари суспільства поступово підіймаються вище, крок за кроком наближаючись до вищих. Завдяки процесам асиміляції та імітації, нерівність втрачає аристократичну приналежність і стає демократичною. Таким чином, соціальне панування більше не передається у спадок з покоління в покоління, а виявляється властивим індивідууму. Отже, роблять висновок всі дослідники, мода з'явилася одночасно з модернізмом в період розвитку промислового капіталізму.

Новизна, що є суттю моди, - типова характеристика модернізму і постмодернізму. Всі дослідники, що вивчають модернізм або постмодернізм, сходяться в одному: предметом дослідження є не одяг, а мода. Одні й ті ж характеристики моди використовуються і при аналізі модернізму, і при аналізі постмодернізму. Більш того, мобільність можлива і навіть вітається як в модерністському, так і в постмодерністському суспільстві, але мода, по висновку Ж. Бодрійяра, з'являється тільки в соціально мобільних суспільствах, хоч і не у всіх.

На думку Бодрійяра, мода - це один з тих інститутів, які повною мірою відтворюють і багато разів підсилюють нерівність та соціальну дискримінацію, хоча на словах декларують, що покликані їх викоренити. Іншими словами, мода обумовлена соціальною стратегією суспільства.

Хоча Дж. Фінкельштейн відзначає, що мода - це багатогранний соціальний і психологічний механізм, що не має конкретного походження, Ж. Ліповецьки та багато інших дослідників вважають, що як термін вона з'явилася разом із зародженням моди як явища. Якщо одяг - це майже універсальне явище, то мода далеко не така універсальна, оскільки не у всіх століттях та цивілізаціях існувало поняття і явище моди; вона має цілком конкретну точку відліку в історії людства. Мода - відмітна ознака сучасної цивілізації; як особливо підкреслює

Дж. До. Флюгель, вона пов'язана з певним суспільством і культурою, а саме - з суспільством і культурою Заходу. Але, за словами Кв. Бела, такою, який ми її знаємо на Заході, мода ніколи не була, як не є і нині, - універсальною для всіх народів формою існування одягу. Це продукт європейської цивілізації, хоча далеко не такий стародавній. Раніше експансія моди не була поширеним явищем - сьогодні мода розширює сферу свого впливу, зачіпаючи все більше число людей по всьому світу.

З другого боку, Дж. Крейк, сумніваючись в правомірності звуження поняття моди і обмеження його рамками європейської моди, говорить про необхідність його перегляду, оскільки моду в цілому дуже часто прирівнюють до сучасної європейської високої моди. Так само міркує і О. Кеннон: оскільки мода розглядається як нещодавно виникле явище, характерне виключно для країн Заходу, її роль в створенні національного стилю в дрібніших країнах, як правило, не визнається, а сучасне визначення моди не включає систематичні зміни національного стилю, характерні для всіх культур, і що в невеликих суспільствах систематичні зміни стилю носять лише випадковий характер, оскільки зароджуються вони під впливом обставин і продовжуються рівно стільки, скільки діють обставини, що їх викликали. Отже, нове ширше визначення моди повинне охопити і фундаментальний процес стильових змін, який зовсім не обов'язково характеризується таким же постійним і безперервним характером, як в сучасних промислових суспільствах Заходу.

Універсальна мода чи ні, представляє вона собою виключно західне явище чи ні - відповіді на ці питання обумовлені початковим визначенням моди. Залежно від використовуваного визначення, можна говорити про поняття «мода» навіть в застосуванні до неіндустріальних, не-західних культур. Як і Дж. Крейк, О. Кеннон рішуче не погоджується з розумінням моди як західного явища і наводить аргументи на користь своєї точки зору: «Хоча процеси порівняння, наслідування і диференціації моди найбільш очевидні в умовах стрімких змін, характерних для систем промислового виробництва, ті ж процеси можна спостерігати в явному або прихованому вигляді в більшості культур...

Універсальність моди... очевидна, якщо розуміти під модою якусь дієву илу, що викликає стильові зміни». [5] Спираючись на це припущення, можна зробити висновок про існування моди не тільки в сучасних і промислово розвинених, але і у всіх відомих суспільствах.

Пояснюючи моду як явище, О. Кеннон пише: «... мода – невід’ємний компонент соціальної взаємодії людей, а не результат діяльності елітарної групи дизайнерів, виробників і маркетологів. Оскільки в основі моди - порівняння індивідуумами себе з іншими представниками суспільства, її не можна контролювати, не порушуючи її кінцевого призначення, яке полягає у виразі індивідуальності. Якби процес самовизначення завжди проходив легко і соціальної нерівності б не існувало, не було б ні потреби в моді, ні необхідності в зміні стилю, ні передумов для їх виникнення». [5] Кеннон зосереджує увагу на моді як явищі, тобто на зміні стилю в одязі, але не пояснює, чи існує в традиційних суспільствах термін, еквівалентний поняттю «мода».

Розвиваючи тему, Дж. К. Флюгель розмежовує два види одягу: сталий, або традиційний, та змінний, або схильний до модної інновації. Він висунув припущення, що мода пов'язана з певним типом суспільної організації, соціуму і культури, а саме - із західним. Причому вже сам цей факт необхідно розглядати як одну з найбільш характерних рис сучасної європейської цивілізації, оскільки у всіх інших культурах минулого і сучасності моді відводилася набагато більш скромна роль. Подібно Дж. До. Флюгелю, що відокремлював моду як процес постійних змін від короткострокових швидкоплинних віянь, Г. Блумер відмовляється визнавати існування моди в традиційних суспільствах.

З іншого боку, мода відіграє істотну роль в демонстрації тонких відмінностей. Класові межі сьогодні розмиті, і людина, прагнучи виділитися з натовпу, хоче підкреслити тонку різницю, що існує між нею та іншими. Коли перед людиною відкриваються великі можливості, конкуренція стає демократичнішою і всі отримують право брати участь в конкурентній боротьбі. В той же час в багатьох країнах виникає мода як концепція і мода в одязі як

явище. Г. Зіммель звертає увагу на такий аспект: «Людам подобається мода, що прийшла ззовні. Чужа мода одержує порівняно велику цінність в певному суспільстві просто тому, що вона виникла у іншому місці. Екзотичність моди, ймовірно, найбезпосереднішим чином підкреслює винятковість груп, що запозичують її» Такий стимул до ухвалення всього, що надходить ззовні, є одним з аспектів соціалізуючої функції моди, він властивий винятково розвиненим цивілізаціям». [6]

Висновки. Пояснюючи моду як явище, сучасні західні учені роблять акцент на її психологічній мотивованості та соціальній значущості. Загально визнано, що мода зберігає свою психологічну основу, яка полягає в бажанні людини створити позитивне уявлення про себе, в багатьох, якщо не у всіх без виключення, культурах. Проте вважається, що соціального значення мода, за визначенням, набуває лише в суспільствах з чіткою класовою структурою. Таке твердження надмірно обмежує поняття моди та ігнорує глибокі, але набагато більш тонкі статусні відмінності, обумовлені особливостями особи, матеріальним положенням і професійною майстерністю. Розглядаючи імітацію як одну з численних характеристик моди, необхідно визнати за необхідне наявність визначеної соціальної і культурної систем для виникнення або створення певних передумов появи наслідування. Імітація - це те, що повинно одержати дозвіл «зверху», що припускає, у свою чергу, рух до рівності, властивий сучасній демократичній соціальній системі. Ці відмінності можуть лягти в основу спроб диференціації і наслідування в одязі, особливо в умовах, коли критерії визначення авторитету індивідуума в суспільстві неясні або знаходяться у стадії зміни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Doris Langley Moore Fashion through fashion plates, 1771-1970 / Langley Moore Doris. – London: Ward Lock, 1971
2. Sproles G.B. Behavioral Science Theories of Fashion / G.B.Sproles // The Psychology of Fashion / M.R.Solomon (ed.). – Lexington, MA: D.C. Health Lexington Books, 1985
3. М.И. Галитбарова. Мода как феномен культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. культурологии: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» / Галитбарова М. И.; [Челяб. гос. акад. культуры и искусств]. - Челябинск: 2004. - 22 с.
4. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. / А.Б.Гофман. – СПб.: Питер, 2004. – 208с.:ил.
5. Cannon A. The Cultural and Historical Contexts of Fashion / A. Cannon // Consuming Fashion: Adorning the Transnational Body / S. Niessen, A. Bryden (eds.). – Oxford: Berg, 1998. – P. 23-38
6. Simmel G. Fashion / G.Simmel // The American Journal of Sociology. – 1957 [1904] – LXII, 6, May. – P. 541-558