На правах рукописи

Гришаева Татьяна Александровна

МОДА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Специальность
24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

30 ОКТ 2008

Ростов-на-Дону
2008

Работа выполнена на кафедре теории культуры, этики и эстетики факультета философии и культурологии Южного федерального университета

Научный руководитель	**заслуженный деятель науки РФ, доктор философских наук, профессор Драч Геннадий Владимирович**
Официальные оппоненты:	**доктор философских наук, профессор, Паниотова Таисия Сергеевна**
	кандидат философских наук, доцент, Топчий Инна Владимировна
Ведущая организация	**Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса**

Защита состоится 13 НОЯБРЯ 2008 года в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.208.11 по философским наукам при Южном федеральном университете по адресу: 344038, г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 13, ЮФУ, ауд. 434.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ЮФУ (г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148).

Автореферат разослан 8 ОКТЯБРЯ **2008 года.**

Ученый секретарь
диссертационного совета **М.В. Заковоротная**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

Планетарные культурно-цивилизационные изменения, связанные с переходом от индустриального общества к постиндустриальному и от культуры модерна к постмодерну, которые переживает современное человечество, охватывают все сферы жизни социума. Трансформируются смысложизненные ориентиры и критерии рациональности, нравственные нормы и поведенческие стандарты взаимоотношений между индивидом и властью, личностью и коллективом. Ускорение темпов социального развития сопровождается периодической «переоценкой ценностей», трансформацией культурных образцов. В этой связи не может не возрастать значение моды, как одного из важнейших современных механизмов смены культурных образцов и стандартов массового поведения.

Понятие моды у большинства людей ассоциируется с господствующей в течение короткого отрезка времени манерой одеваться, или со сменой одних эталонов *внешних форм* культуры другими. Однако сегодня такую трактовку следует признать чрезмерно узкой: современная мода не ограничивается одеждой или внешними формами культуры, она пронизывает весь образ жизни человека, охватывает широчайший круг явлений - экономику, политику, музыкальные и литературные пристрастия, речь, манеры, способы общения. Масштабы этого сложного и многогранного феномена таковы, что «трудно назвать такую область социально-экономической и культурной жизни, где бы не сказывалось его влияние» (А.Б.Гофман). И как *тотальное и доминантное* для определенного периода явление, мода заслуживает к себе самого серьезного отношения.

Будучи необходимым элементом культуры, неотъемлемой составной частью образа жизни людей, мода способна адекватно репрезентировать

происходящие в обществе изменения, выступать своеобразным индикатором социокультурных трансформаций и служить одним из тех языков, на котором каждая культура сама «говорит» о себе. Предметы, которые мы используем, дома, в которых живём, и даже идеи, доминирующие в тот или иной период времени – всё подвластно моде. Следовательно, тот, кто хочет познать сущность той или иной исторической эпохи, смыслы культуры, должен чаще обращаться к её изучению.

В российской культуре XX век характеризовался резкими качественными изменениями в самых различных областях – от производства до сферы быта и межличностного общения. А межличностные отношения всегда определялись не только социальным статусом, эмоциональными и идеологическими пристрастиями, духовной близостью, но и таким явлением, как мода. Человек - существо социальное, и внешний вид часто играет важную роль при установлении контактов и личных отношений. В этом отношении интерес к феномену моды обусловлен тем влиянием, которое она оказывает на формирование внешнего облика индивида и его социализацию.

Мода является фактором, требующим глубокого анализа еще и потому, что она способна оказывать прямое воздействие на экономическое и социальное развитие общества. С помощью моды, используемой как инструмент рекламы, появляется возможность стимулировать развитие производства товаров, совершенствовать структуру потребительского рынка.

В социальном плане мода способствует социальной мобильности и преодолению социально-психологических конфликтов. В политическом отношении «модный фактор» также может сказаться на принятии судьбоносных решений, способных повлиять на наше будущее. Мода связана и с проявлением ценностей *в повседневной жизни* людей, а потому изучение повседневных проявлений ценностей в моде, на наш взгляд, может оказаться более плодотворным для понимания культуры и развития культурологии как науки, чем абстрактное теоретизирование.

Сказанное поясняет, почему феномен моды неизменно пользуется живым интересом, как со стороны ученых, так и со стороны людей, регулярно сталкивающихся с ним в повседневной жизни.

Степень разработанности проблемы

Литература, посвященная моде, достаточно разнопланова. Прежде всего, существует огромный массив справочной литературы о моде: энциклопедии, справочники, словари[1].

Как универсальный и многогранный феномен, мода привлекала и продолжает привлекать к себе внимание представителей различных отраслей гуманитарного знания: философов, социологов, экономистов, культурологов, лингвистов, психологов. Среди них Г.Блумер, П.Бурдье, Т.Веблен, Э.Габло, Г.Зиммель, В.Зомбарт, Ф.Кребер, С.Ричардсон, Э.Сепир, З.Фрейд, Э.Фромм, Й.Хейзинга, К.Г.Юнг и др.[2].

Традиционной для современных *философских и социологических трудов*, посвященных моде, является проблема ее сущности, социальных функций, ценностно-нормативной природы (И.В.Бестужев-Лада, Е.Я.Басин, А.Б.Гофман, С.Дергунова, М.Н.Топалов, В.И.Толстых, С.Н.Иконникова, Р.Б.Фишман, З.Б.Элькина, Л.Ятина и др.).[3]

---

[1] Андреева Р.П. Энциклопедия моды. - СПб.: Литера, 1997; Бандано И.Ц. Мода XX века: Энциклопедия. — М.: Олма-Пресс, 2002; Кибалова Л., Гербенева О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды. - Прага, 1988; Которн Н. История моды в XX веке. - М., 1998; Нерсесов Я.Н. Мода. -М.: Олма-Пресс Гранд, 2002; Паскье Ж. Энциклопедия элегантности. - М., 1993; Фукс Э. Иллюстрированная история нравов. В 3-х кн. - М., 1994; Постмодернизм. Энциклопедия. — Минск, Интерпресс-сервис, Книжный дом, 2001 и др.

[2] Зиммель Г. Избранное: в 2 т. -Т. 2 : Созерцание жизни / Г. Зиммель, пер. с нем. – М. : Юрист, 1996; Тард Г. Законы подражания. – СПб., 1892; Лебон Г. Психология народов и масс. - СПб.: Макет, 1995; Зомбарт В. Народное хозяйство и мода. - СПб, 1904; Спенсер Г. Синтетическая философия. - Киев: издательство "Ника-Центр", 1997; Blumer H. Fashion: from Class Differentiation to *collective Selection* // The Sociological Quarterly, 1969. - vol. 10, № 3; Blumer H. Fashion // Enternational Encyclopedia of the Social Sciences. - N.Y., 1968. - Vol. 5

[3]См.: Толстых В.И. Мода как социальный феномен; Басин Е.Я., Краснов В.М. «Гордиев узел» моды; Любимова Т.Б. Мода и ценность // Мода: за и против. - М., 1973; Петров Л.В. Мода как общественное явление. - Л., 1974; Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. — М.: Питер, 2004; Гофман А.Б. Классическое и современное: Этюды по истории и теории социологии. - М.: Наука, 2003; Ятина Л.И. Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т.1, № 2; Ятина Л.И. Концепция индустрии моды: проблема инноваций// Ненасильственные методы коммуникации в культуре и общественной жизни: Восток, Запад, Россия.- СПб., 1997. С.120-124.; Гизатулина Ю.Ф. Социальные функции моды. - Пермь, 1994; Коврижепко М.К. Постмодернизм и реклама / Доклады II Всероссийского социологического конгресса «Российское общество

Представители такой философской дисциплины как эстетика изучают моду в аспекте специфического проявления ценностного отношения человека к миру, как особую сферу художественной деятельности, подчиненную эстетическим требованиям эпохи (А.П.Белик, И.В.Григорьева, В.И.Казаринова, Т.В.Козлова, З.Л.Савдагарова, Н.Т.Савельева, А.Г.Харчев).

Философами и искусствоведами предпринимались попытки рассмотреть моду как специфический способ межличностной коммуникации. В этой связи Л.В.Петров, например, трактовал моду как особый способ, образ и меру обработки социальной информации[4].

Некоторыми современными западными философами мода рассматривается как своеобразный «культурный фильтр»: все то, что не *признано модой, не прошло через нее, лишается права на существование* в качестве элемента культуры. Господство моды в базирующемся на принципе удовольствия «эфемерном обществе», считается всеохватывающим[5].

Различным аспектам моды и модного поведения посвящено немало интересных и глубоких диссертационных исследований[6].

Значительную часть работ, посвященных моде, составляют те, в которых этот феномен исследуется на базе костюма. В этом плане представляют интерес публикации *искусствоведов, историков моды, художников, специалистов легкой промышленности*: Г.С.Гориной, А.Ф.Бланк, В.Б.Богомолова, А.А.Васильева, В.Кандинского, Т.В.Козловой, К.Малевича,

---

и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы. В 2-х т. — М.: Альфа, 2004. - Т.1.; Савельева И.Н. Закономерности гармонии в костюме народов России. - М., 2002; Топалов М.Н. Социальные аспекты моды: мода и цивилизация. - М., 1991; Дергунова Л.А. Мода как социальная технология. Учебное пособие. - Шахты: .изд-во Юр ГУЭС, 2004

[4] Петров Л.В. Мода как общественное явление.- Л., 1974, с. 3

[5] Липовецки Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме.- СПб., 2001; Липовецки Ж. Парадоксы империи эфемерного // НЛО; Lipovetssky, Gille. L' empire de l' ephemere. La mode et son destin dans les societes modernes. P.; Gallimard, 1987

[6] Бастрыкина Т.С. Формообразование как проблема философско-эстетического исследования (на материале дизайна костюма). - Автореф. дисс. канд. филос. наук. - М, 2000; Дергунова Л.А. Мода в условиях массовой культуры. Автореф. дисс. канд.филос. наук. -Ростов н/Д, 1998; Элькина З. Б. Мода и её социальная роль. Автореф., дисс. на соиск. учён. степени канд. фил. наук. Л., 1974; Фишман Р.Б. Мода как социальное явление: Автореф. дисс. Канд. Фил. наук / Урал., гос. ун-т им. А.М.Горького, Свердловск, 1990.

М.М.Мерцаловой, Л.В.Орловой, Ф.М.Пармона, Т.К.Стриженовой и др.[7] Вместе с тем, следует отметить, что во многих работах подобного рода происходит подчас неосознанное смешение понятий «мода» и «моделирование костюма», их эстетических функций, что не позволяет в полной мере выявить специфику моды как феномена культуры.

В последние десятилетия к данной тематике присоединилась теоретическая разработка вопросов модного дизайна, касающаяся интерьера, жилой и промышленной архитектуры, предметов быта, офисного и производственного оборудования и т.д. Здесь же рассматриваются разнообразные аспекты воздействия моды на научно-технический прогресс, вопросы технической эстетики.[8]

В рамках экономического подхода мода анализируется как фактор развития производства, регулятор поведения потребителей и эффективный способ расширения сбыта товаров; рассматриваются возможности эффективного выполнения модой своей экономической функции в современном обществе (Л.В.Архипова, С.О.Аничкина, Н.Т.Фролова).

Политологов мода интересует в аспекте выявления ее роли в политической жизни общества как репрезентация политических смыслов и идеологем того или иного класса, форма популяризации идей и программ различных партий и общественных движений (И.В.Бандура, Т.А.Есина, О.А.Феофанов).

Представители *семиотики* видят в моде знаковую систему, репрезентирующую определенные смыслы. В центре внимания оказывается проблема отношений между модой как знаковой системой и реципиентами -

---

[7] Горбачева А.М. Костюм средневекового Запада: от нательной рубахи до королевской мантии. - М.: ГИТИС, 2000; Дудчикова Г.П. История костюма. – Ростов- н/Д: Феникс, 2001; Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма.- М., 1982; Казбулатова Г.Х. Социокультурная динамика процесса формирования костюма. - Уфа, 2000; Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. В 4-х т. - М.: Акад. Моды, 2001; Степучев Р.А. Проблемы костюма как семиотической системы в коммуникации человеческого общения: Конспект лекций. — М., 1991.

[8] Визуальная культура - визуальное мышление в дизайне. /Под ред. В.Ф. Колейчука. - М., 1990; Воронов Н.В. Очерки истории отечественного дизайна. - М., 1998; Руте В.Ф. Индустриальный дизайн постиндустриального общества и России. - М., 1998; Творческие направления в современном зарубежном дизайне / Под ред. Е.В. Черневич и др. - М., 1990; Хан-Магомедов С. Пионеры советского дизайна. — М., 1995 и др.

теми, кто воспринимает, интерпретирует и объективирует посылаемые модой сообщения (Ю.М.Лотман). Семиотический анализ и деконструкция модного знака осуществлены Р. Бартом в «Системе моды», а также в известных работах Ж. Бодрийяра «Система вещей» и «Символический обмен и смерть». Специальной темой является разработка проблематики модного вкуса, моды, характерной для молодежной субкультуры.[9]

Большой массив составляют *социально-психологические исследования* моды. В них мода рассматривается как один из психологических способов воздействия на личность в процессе общения, как форма массового поведения (Г.М.Андреева, А.В.Коваленко, Б.Д.Парыгин). Следование моде трактуется также как способ эмоциональной разрядки, обусловленный стремлением к разнообразию и бегству от действительности в мир грез. Эмоционально-регулятивным аспектам моды уделяли внимание такие известные авторы как Б.В.Поршнев, Я.Л. Коломинский. Из сравнительно недавних трудов следует выделить работу М.Килошенко «Психология моды», в которой автор, рассмотрев автократические, мотивационные, событийные, эволюционные и др. теории моды, подчеркнула актуальность *комплексных социально-психологических исследований* этого явления.

И тем более актуальна задача осуществления комплексного анализа моды для такой молодой науки, как культурология, в которой пока еще не уделяется достаточного внимания прагматике культуры. Явно недостаточно изучена проблема места и роли моды в современной культуре. Этими обстоятельствами и обусловлен интерес автора к теме настоящего диссертационного исследования.

Объект исследования – феномен моды.

Предмет исследования – система моды в культуре.

---

[9] Богданова О.А. Молодежная субкультура: причины возникновения и ценностные ориентации. - Ростов н/Д, 1990; Быть свободным. Мода как выбор и ответственность. - Гатчина: СУДБ, 2000.

Цель диссертационной работы – осуществить комплексный и многоуровневый философско-культурологический анализ системы моды в современной культуре.

Задачи исследования, решение которых необходимо для достижения поставленной цели, и в соответствии с которыми строится структура работы:

- Рассмотреть основные подходы и тенденции изучения моды в конце XIX – начале XX вв.;
- Исследовать постмодернистские парадигмы моды и сопоставить их с классическими учениями;
- Представить теоретическую модель моды, включающую авторское виденье ее сущности, причин возникновения и факторов развития;
- Определить особенности ценностно-нормативного содержания моды в сопоставлении с другими феноменами культуры;
- Выявить социальные функции моды, характеризующие ее место и роль в современном обществе;
- Систематизировать формы проявления моды в современной культуре.

Теоретические и методологические основы исследования

Исследование феномена моды принадлежит к числу междисциплинарных. Поэтому при его проведении автором широко использовались данные различных гуманитарных наук: философии, истории, культурологии, социологии, искусствознания, теории дизайна и др.

Теоретическую основу диссертационного исследования составили идеи и концепции видных отечественных философов и культурологов, внесших значительный вклад в разработку проблем теории и истории культуры: А.И.Арнольдова, Е.А.Боголюбовой, П.С.Гуревича, В.Е.Давидовича, Г.В.Драча, Ю.А.Жданова, Н.С.Злобина, С.Н.Иконниковой, М.С.Кагана, М.С.Маркаряна, В. М. Межуева и др.

Методологически важные для исследования феномена моды ориентиры автор обнаружил в классических трудах Т.Веблена, Э.Дюркгейма, В.Зомбарта, Г.Зиммеля, И.Канта, Г.Ф.Гегеля, А.Смита, Г.Спенсера, Г.Тарда, Шефстбери и др.[10] Труды видных современных теоретиков моды - А.Б.Гофмана, З.Б.Элькиной, Б.Д.Парыгина, Р.Барта, Ж.Бодрийяра, Ж.Липовецки и др. - автор относит к числу фундаментальных, и опирается на них как на наиболее адекватные реалиям XX века, содержащие глубокое и многоплановое теоретическое осмысление феномена моды.

Поскольку культурология является наукой, синтезирующей результаты исследования культуры из многих научных областей, постольку применение разнообразных методов и подходов представляется допустимым и оправданным. Непосредственно для достижения цели диссертационного исследования автором использовались следующие методы:

- Культурно – исторический метод, позволивший рассмотреть социокультурный контекст появления и развития моды;
- диалектический метод, способствовавший раскрытию внутренних противоречий моды как источника ее развития;
- структурно - функциональный анализ, который позволил адекватно раскрыть полифункциональность моды;
- метод компаративного анализа, применение которого дало возможность сравнить и сопоставить идеи авторов, принадлежащих различным историческим эпохам;
- метод системного анализа, на основе которого мода была рассмотрена как сложная система, состоящая из многих подсистем и элементов;
- метод моделирования, позволивший посредством идеализации реконструировать теоретическую модель моды.

[10] Шефтсбери. Эстетические опыты. - М.: Искусство, 1975; Кант И. Соч. в 6-ти тт. - Т. 6. - М., 1966; Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. — М.: Канон, 1996; Зиммель Г. Избранное. Том 2-й. Созерцание жизни. - М.: Юрист, 1996.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

- проведен сравнительный анализ классической и постмодернистской парадигм исследования моды;
- доказано, что мода как особый социокультурный феномен возникает в европейской культуре Нового времени;
- на основе сравнительного анализа моды и вкуса, увлечений, стиля, обычая раскрыта специфика моды и структурированы основные элементы ее системы;
- при характеристике моды как культурного регулятива обоснована зависимость нормативного измерения от ценностной составляющей;
- социокультурные функции моды проанализированы и систематизированы в контексте общей типологии функций культуры;
- обосновано, что в эпоху постмодерна мода пронизывает весь образ жизни и все сферы бытия человека в мире: экономику, политику, искусство, и т.д. и выступает своеобразным маркером принадлежности к современной культуре.

Тезисы, выносимые на защиту

1. Эпоха Модерна породила первые теории моды, которые с полным основанием могут быть названными классическими (*Т.Веблен*, Г.Зиммель, Г.Тард, В.Зомбарт). В этих теориях были выявлены и описаны: 1)двойственная природа моды, заключающаяся в стремлении подражать и отличаться; 2) маркирующая и престижная функция моды; 3)установлена связь моды с экономикой. Эти идеи были восприняты и развиты последующими поколениями исследователей применительно к реалиям современного мира, который все более подчиняется законам моды. Сегодня доминируют три основные трактовки данного феномена: 1) интерпретация моды - на основе абсолютизации универсальности ее языка - как царства

чистого знака (Р.Барт, Ж.Бодрийяр); 2) понимание моды как неотъемлемой формы современной гедонистической культуры «эфемерного» общества, отвечающей потребности личности в удовольствии и эстетической самореализации (Ж.Липовецки); 3) толкование моды как катализатора рыночной экономики.

2. Автор полагает, что мода, как особое социокультурное явление, играющее важную экономическую, культурную и политическую роль в обществе, возникает при переходе от доиндустриальной цивилизации - к индустриальной. В индустриальном обществе наряду с экономическим неравенством существуют политическое равенство и высокая социальная мобильность, вследствие чего положение индивида определяется не принадлежностью к тому или иному сословию или касте, а достигаемым личным статусом. Мода является спутником экономики массового производства и массового потребления, культуры массовых зрелищ и развлечений. Она наилучшим образом выражает суть современного мироощущения: чувство нового, жажду перемен, и выступает своеобразным механизмом *изменения* материальных и духовных ценностей.

3.Создание теоретической модели моды сопряжено с выявлением черт ее сходства и отличия от родственных феноменов культуры: культурных образцов, вкуса, стиля, одежды, костюма, и др. В отличие от моды, *культурные образцы* более стабильны, *вкусы* – более индивидуальны. Неоднозначно отношение моды к стилю: мода зависит от стиля - *устоявшейся формы* художественного самоопределения эпохи, но в свою очередь, формирует собственные стили, в частности, в одежде. При этом о*дежда* является ответом на первичную потребность человека в защите своего тела, *костюм* - на потребность в социальном общении, *мода* же отвечает потребности в инновациях. Модные стандарты, модные объекты, модные значения и поведение участников моды образуют наиболее значимые элементы теоретической модели моды (А.Б.Гофман).

4. Мода является механизмом, обусловливающим циклический характер и периодическую смену культурных образцов, которые имеют ценностную и нормативную стороны. Эти стороны находятся в диалектической взаимосвязи: ценности образуют смысловое ядро моды. Ценность, рассматриваемая в качестве блага всеми и повсеместно, обретает нормативный характер. В свою очередь интериоризированная норма превращается в ценность. К первичным (атрибутивным) ценностям моды относятся новизна (современность), универсальность, демонстративность и игра. Среди вторичных (денотативных) ценностей сегодня выделяются ценности демократии и пользы (прибыли).

Как нормативное образование мода имеет конвергентные и дивергентные характеристики с такими культурными регулятивами, как мораль, право, обычай, из которого в историческом плане мода выросла, и, в известном смысле, его сменила.

5. Занимая *важное* место в современной культуре, мода выступает как сложное полифункциональное образование, имеющее собственные технологии коллективной жизнедеятельности. Участвуя в стандартизации культурных образцов, мода выполняет функцию интеграции людей в коллективы; закрепляя культурные образцы за определенными стратами, мода выполняет функции структурной дифференциации и социальной престижности. Внедряя в образ жизни человека новые стандарты, мода *предписывает* человеку определенную модель поведения и осуществляет регулирующую функцию. Являясь одной из важнейших форм приобщения индивида к социальному и культурному опыту, самоидентификации людей в коллективе, мода выполняет функции социализации и идентификации личности. Можно утверждать, что мода пронизывает все сферы жизни общества, формируя стандарты потребления (экономическая функция), осуществляя знаковую трансляцию модных образцов (коммуникативная

функция), формируя идеалы красоты (эстетическая функция), выступая средством психологической разрядки (компенсаторная функция).

6. Различные проявления моды характеризуют способ бытия человека в мире, его образ жизни. Современная мода коррелирует с общей тенденцией глобализации и постмодернистской культурой. Продуцируемая глобализмом тенденция к однородности, навязывающая универсальный дискурс моды, уравновешивается полистилизмом, порождаемым мультикультурализмом и индивидуалистической эстетикой. Однако в основе обеих тенденций лежат экономические интересы мировых кампаний. Именно поэтому в художественном творчестве, когда дизайнер в лучшем случае способен создать лишь марку, вопрос о связи моды с искусством превратился в вопрос маркетинга. В экономике мода выступает катализатором массового производства и способом расширения сбыта товаров. В политике, где поведение избирателя все больше уподобляется поведению потребителя, мода превращается в фактор, неразрывно связанный с рекламой, СМИ и всей системой власти. Мода пронизывает весь образ жизни современного человека, в связи с чем можно утверждать, что она наиболее адекватна постдемократическому порядку и той индивидуализации мышления, которая наблюдается в мультикультурном постмодернистском обществе XXI века.

Научно-теоретическая и практическая значимость исследования

Научно-теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в системном культурологическом рассмотрении феномена моды в контексте современной социокультурной ситуации и состояния научного знания. Прагматика культуры и связанная с ней проблематика моды - недостаточно разработанная сегодня область культурологии как науки. Поэтому полученные диссертантом выводы и результаты могут быть использованы при проведении дальнейших научных исследований в данном направлении.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности использования его результатов при разработке учебных курсов по теории и истории искусства, спецкурсов по истории декоративно-прикладного искусства, теории и истории костюма, теоретических и прикладных аспектов моды и модного поведения. Они могут быть полезны в практической деятельности профессиональных дизайнеров и имиджмейкеров.

Апробация диссертационного исследования

Материалы диссертации обсуждались на заседании кафедры теории культуры, этики и эстетики факультета философии и культурологии РГУ. Идеи диссертации отражены в 5 публикациях, общим объемом 1,4 печатного листа, в том числе в изданиях, рекомендованных ВАК.

Положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научных семинарах и конференциях, в том числе на научно-образовательном семинаре «Культура и этнос в XXI веке: региональное исследование» (Ростов-на-Дону; 27-28 сентября 2004г), IX ежегодной всероссийской конференции «Горизонты культуры: от массовой до элитарной» в рамках «Дней Петербургской философии – 2007» (Санкт-Петербург, 16-17 ноября 2007г), всероссийской научно-практической конференции «Свобода личности: правовые, исторические, философские аспекты» (Санкт-Петербург, 17 января 2008г).

Идеи диссертационной работы нашли отражение в соответствующих разделах курсов лекций по культурологии и истории мировой культуры, читаемых в Южно-Российском представительстве Регионального финансово-экономического института.

Структура диссертационного исследования определяется последовательностью решения основных исследовательских задач и логикой

изложения. Диссертация состоит из трех глав, восьми параграфов, введения, заключения и библиографического списка, который насчитывает 187 наименований, в том числе 16 источников на иностранных языках. Общий объем работы составляет 125 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во Введении обоснована актуальность темы исследования, охарактеризована степень научной разработанности проблемы, рассмотрены методологические и теоретические основы исследования, определены объект, предмет, цель и задачи исследования, сформулированы положения, выносимые на защиту, раскрыта их научная новизна, выявлена научно-теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования.

Первая глава – «Концептуализация моды» - состоит из двух параграфов. Здесь рассмотрена история концептуализации феномена моды от истоков до наших дней, проанализированы наиболее значимые теории моды как классические, так и постклассические (постмодернистские), показано, что изменения в трактовке феномена моды в рамках двух этих научных парадигм являются рефлексией тех глубинных изменений в культуре, которые сопряжены с переходом от Модерна - к Постмодерну.

*В первом параграфе – **«Классические теории моды»*** - дан анализ концепций моды Г.Тарда, Т.Веблена и Г.Зиммеля, отразивших роль моды в индустриальном обществе.

Предшественники авторов классических теорий моды М. Монтень, Э. Шефтсбери, И. Кант, Ф.-М. А. Де Вольтер и Дж. Леопарди оценивали моду с моральных позиций: считали моду социальным злом, указывали на деспотическую власть, которую мода имеет над людьми, превращая их в

своих рабов. Вместе с тем уже И. Кант обратил внимание на такую важную сторону моды как подражание.

Появление глубоких теоретических исследований, специально посвященных проблеме моды, относится к концу X1X – началу XX столетия. Опираясь на теорию подражания, Г.Тард объяснял происхождение и функционирование различных явлений культуры, причем моду и обычай Г.Тард относил к основным видам подражания. Различие между ними ученый видит в том, что обычай – это подражание предкам, ограниченное рамками своей общины, а мода – подражание современникам, которое имеет «экстерриториальный» характер.

В свою очередь Т.Веблен непосредственно связывал моду с денежной культурой и *демонстративным потреблением,* которое несовместимо с идеалами красоты. Когда благосостояние выражается через потребление, доминирующим фактором становится мода: по мере роста богатства и власти денег одежда перестает выполнять свою главную функцию и превращается в элемент демонстративного расточительства. Следование моде становится индикатором социального положения.

Г. Зиммель раскрыл двойственную природу моды, заключающуюся в амбивалентном стремлении подражать и отличаться. Ему принадлежит чрезвычайно глубокая мысль, что мода в современной культуре имеет огромное значение, проникая в ранее чуждые ей области и усиливая изменения там, где она уже укоренилась. Наконец, Г.Зиммель сформулировал закон нисходящей фильтрации, которому подчиняется мода: элита дифференцируется от низших слоев, однако низшее сословие, не желая отстать от элиты, стремится максимально приблизиться к ней и стать на нее похожим. Но как только мода высшего класса начинает проникать в низший класс, мода перестает быть модой, и высший сразу от нее

отказывается.[11] Так возникает необходимость появления чего-то еще более нового.

Во втором параграфе - ***«Постмодернистский дискурс моды»*** - анализируются концепции Р.Барта, Ж.Бодрийяра и Ж.Липовецки.

К концу XX столетия человечество стало испытывать потребность в идейном осмыслении новых исторических реалий. Постмодерн, пришедший на смену эпохе Модерна, внес свои коррективы в понимание явлений, принадлежащих различным областям культуры: экономике, политике, науке, искусству, философии, литературе и т.д. Не стала исключением и мода. Универсальность языка моды, одинаково подходящего для выражения групповой и личностной идентичности, социального статуса и протеста, сексуальности и сдержанности подтолкнула Р.Барта к описанию моды как царства чистого знака.

У Ж. Бодрийяра теория моды непосредственно связана с теорией симуляции: под действием симуляции происходит замена реального *знаками реального*. Философ отмечает, что в современном мире вещь стала приобретать новые, семиотические характеристики, перемещаться в сферу знаков, и поэтому потребляются уже не товары, а знаки. Все захвачено симулякром и в центре интересов человека находится именно мир знаков - симулякров в различных областях культуры – искусстве, моде, масс - медиа, технике, сексе. Представляется чрезвычайно продуктивной идея Ж.Бодрийяра о недопустимости 1) растяжения границ моды до крайних антропологических пределов и 2) сокращения ее сегодняшней сферы до одной лишь области одежды и знаков внешнего облика.

Ж.Липовецки также убежден, что моду необходимо анализировать исключительно как феномен современного Запада. Только в обществе Модерна, освободившемся от магнетизма прошлого, «экономика, культура, разум и повседневное существование подвластны обольщению эфемерного»,

[11] Там же, с.269

прежде всего – моде. Он описывает этот процесс как смену «дирижистской» единообразной моды «открытой» модой с опциональной, игровой логикой, «когда выбирают не только между разными моделями одежды, но и между самыми несовместимыми способами предъявления себя миру». Ж.Липовецки убежден, что новая система моды прекрасно соответствует идеалу *«открытого общества».*

Вторая глава - «Мода как культурный институт» - посвящена реконструкции теоретической модели моды и рассмотрению моды как особого социокультурного института.

В первом параграфе - ***«Происхождение и сущность моды»*** - говорится, что многоплановость и противоречивость моды как социального и культурного явления и субъективность позиций исследователей предопределяют многообразие подходов к ее изучению. Автор демонстрирует неправомерность экстраполяция выводов, полученных на основании исследования одного сегмента моды (костюма), на всю ее систему.

При конструировании теоретической модели автор вслед за А.Б.Гофманом выделяет четыре основных элемента, образующих структуру моды: модные стандарты, модные объекты, модные значения и поведение участников моды. Установлено, что мода среди родственных ей феноменов культуры выделяется, прежде всего, темпами изменений: она более стабильна, чем увлечения, но более изменчива, чем культурные образцы и вкусы. Отношения моды и стиля отличаются амбивалентностью: с одной стороны, художественный стиль - предпосылка моды, а с другой - сама мода, входя в культурное пространство эпохи, формирует различные стили. Обосновано также, что мода отличается от одежды (*совокупность* культурных элементов) и костюма (*стройная система взаимосвязанных культурных элементов*, выполняющая функцию поддержания *символического взаимодействия* людей) как *социокультурный институт,*

осуществляющий регуляцию и саморегуляцию человеческого поведения посредством смены культурных образцов.

Хотя определенные предпосылки моды сложились уже в доиндустриальном обществе, как особое социокультурное явление мода возникает в эпоху Модерна. Она немыслима в малоподвижных обществах, отличающихся жесткой социальной структурой, политическим бесправием, низкими темпами развития производства, обществах, где основным способом регулирования общественных отношений выступает обычай. Мода – неотъемлемый элемент экономики массового производства, массового потребления и массовой культуры. Выражая суть современного мироощущения - жажду перемен - она представляет собой своеобразный механизм *изменения* материальных и духовных ценностей.

Во втором параграфе второй главы - ***«Ценностно-нормативная природа моды»*** - показано, что транслируемые модой культурные образцы имеют ценностно-нормативную природу. При этом ценность выступает как интериоризированная норма, а норма – как общепринятая ценность. Все ценности моды можно условно подразделить на внутренние и внешние. Ценности первой группы (универсальность, демонстративность, инновационность, игра) присущи моде как таковой, ценности второй подгруппы (прибыль, демократичность) характерны для определенного этапа в развитии моды.

Как нормативное образование в синхронном плане мода сопоставима с правом и моралью, а в диахронном – с обычаем. Как и право, мода принадлежит к внешним формам регуляции поведения человека, но ее нормы, в отличие от норм права, необязательны для исполнения и их нарушение не чревато санкциями. В этом мода сходна с моралью. Однако ценности, которые предопределяют нормативное содержание этих культурных форм, качественно различны и уровень моральных требований значительно выше.

В заключительном параграфе второй главы, названном ***«Социокультурные функции моды»,*** показано, что природа моды позволяет ей играть важную роль в обществе и культуре. Роль моды выявляется в её функциях, среди которых особенно необходимо выделить: интегративную, регулятивную, компенсаторную, престижную, символическую, идентифицирующую, эстетическую, коммуникативную и др. Все эти функции тесно взаимосвязаны, обусловливают друг друга, и коррелируют с общекультурными функциями. Мода символична и благодаря своей символичности выступает как показатель престижа. Мода является регулятором отношений между различными слоями общества и группами, выступая то в качестве диалога между ними, то в качестве разделительной черты, отделяющей их друг от друга. Мода проявляет себя в качестве компенсатора, приобщая индивида к какому-то кругу, выделяемому ею, и помогая тем самым человеку приобрести новую социальную роль, избавиться от чувства изолированности и бесполезности. Мода выступает и как способ самоидентификации личности, позволяя человеку выразить себя, своё мироощущение, свои взгляды, защитить свою индивидуальность, своё «Я». Таким образом, в одно и то же время мода, с одной стороны, кооперирует, объединяет людей, а с другой – разъединяет их, предлагая всевозможные социальные символы; с одной стороны, навязывает людям какой-то стандарт, а с другой – позволяет личности выразить себя, своё «Я».

Третья глава - «Мода как образ жизни» - посвящена анализу проявлений моды в современной культуре, когда из периферийного явления общественной жизни она превратилась в своеобразный стержень культуры.

В первом параграфе третьей главы - ***«Мода как художественная деятельность»*** - показано, что сфера художественной культуры традиционно связана с модой. В области костюма, как элемента декоративно-прикладного искусства, произошли существенные изменения. Широкие массы населения стали не только объектом, но и субъектом моды. Процесс

развития моды стал двуединым: «сверху» – модельеры, знаменитые кутюрье, формирующие и нередко навязывающие свои стили, и «снизу» – контркультурные источники, стили молодёжных групп, вкусы отдельных личностей. Для развития моды, как и в целом для искусства XX столетия, характерен полистилизм. Ключевым для современной моды стало слово «комбинирование». В последние годы на развитие полистилизма оказывают существенное влияние как глобализация, так и мультикультурализм. Если глобализация порождает некий универсальный дискурс моды, то мультикультурализм, в противовес ей, проявляется в моде в виде комбинации тенденций, сочетания цветовых гамм, материалов, стилей. В таком разнообразии, в такой карнавальной стихии, которую мы можем наблюдать в современном мире, стили, а значит и речь, ими транслируемая, становится непредсказуемой, каждый раз нуждающейся в новой расшифровке. Каждый из стилей «произносит» свой, только ему присущий монолог, раскрывающий определённую позицию, мировоззрение и мироощущение того человека, который его предпочёл среди всех других стилей.

Во втором параграфе третьей главы - ***«Мода как индустрия»*** - показано, что потребность в самовыражении через посредство формируемого модой многостилья является вторичным фактором. Первичным же фактором выступают экономические интересы трансконтинентальных кампаний, идущих в авангарде производства модных стандартов и вещей. Интересы прибыли требуют развития производства и гарантированного сбыта товаров, а институт моды, выступающий в союзе с рекламой и СМИ, является проводником их интересов, гармонизируя отношения производства и потребления. Эту задачу мода решает через: 1)ускорение модных циклов; 2) косвенное влияние, оказываемое на практику распродаж и дисконтов; 3) новые дизайнерские предложения, связанные с формированием и распространением новых образов (look) и т.д. Мультипликация моды в

различных жанрах превратила ее в полнокровный рынок, представляющий на выбор потребителей широкий спектр товаров.

Заключительный параграф третьей главы - ***«Модный фактор в имидже политика»*** - раскрывает некоторые важные взаимосвязи между модой и политикой в современном мире.

Автор утверждает, что при всех различиях между модой и политикой, эти два явления связаны друг с другом теснее, чем это может казаться. В наши дни позиция избирателя все более уподобляется позиции потребителя. В лице того или иного политического деятеля избиратель «приобретает» своего рода «товар», наделенный модными идеями и завернутый в модную упаковку, оценивая своего избранника не только с точки зрения его деловых качеств, но и с точки зрения сопутствующих характеристик: его соответствия образу (look) - «современности», «спортивности», и т.п.

Включенная в сферу политического потребления, мода, с одной стороны, способна служить формой репрезентации политических смыслов, средством политической пропаганды, идентификации и маркировки политических ориентаций. С другой - политические деятели и их окружение могут дать рождение новой моде, а в ряде случаев выступать «промоутерами» тех или иных модных веяний. Иначе говоря, мы можем говорить, не преувеличивая политического значения моды, о ее своеобразной «политизации» и о важной роли модного фактора в формировании имиджа политика.

В Заключении подводятся итоги диссертационного исследования, делается ряд важных выводов относительно моды, как феномена, играющего важную роль в современной культуре.

ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОПУБЛИКОВАНЫ СЛЕДУЮЩИЕ РАБОТЫ:

1.Чукарина Т.А. Знаковая природа моды.(Структуралистский подход). //

Труды аспирантов и соискателей Ростовского государственного университета. Том X. – Р-н/Д: «Издательство Ростовского университета», 2004г., С. 320-322
2.Чукарина Т.А. Ролан Барт.// Культурология. Пособие для подготовки к экзаменам. Р-н/Д: «Феникс», 2004г., С. 276-283
3.Чукарина Т.А. Мода как дискурс постмодернизма. // Труды аспирантов и соискателей Ростовского государственного университета. Том XI – Р-н/Д: «Издательство Ростовского университета», 2005г., С.406-408
4.Гришаева Т.А. Мода как индустрия. // «Гуманитарные и социально-экономические науки» №5, 2007г., С.115-119
5.Гришаева Т.А. Эстетический аспект моды. // Горизонты культуры: от массовой до элитарной. Материалы IX всероссийской конференции 16-17 ноября 2007г. – СПб., Санкт-Петербургское философское общество, 2008г., С. 109-114

Для заметок

Сдано в набор 25.09.2008. Подписано в печать 25.09.2008.
Формат 60х84 1/16. Ризография. Усл. печ. л. 0,8.
Бумага книжно-журнальная.
Тираж 100 экз. Заказ 2509/1.

Отпечатано в ЗАО «Центр универсальной полиграфии»
340006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 140,
телефон 8-918-570-30-30
www.copy61.ru
e-mail info@copy61.ru