

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.40.71.040

Мода как социокультурный феномен

Васильченко Александра Владимировна

Кандидат культурологии,
доцент кафедры «История и культурология»,
Комсомольский-на-Амуре государственный университет,
681013, Российская Федерация,
Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27;
e-mail: Avas_27@mail.ru

Аннотация

В работе рассматривается понятие «мода», анализируется ее роль в современном обществе и культуре. В процессе исследования отмечено, что мода является социокультурным феноменом и кодом, она отражает идеалы, взгляды и убеждения людей, транслирует их, и, в свою очередь, формирует определенные ценности, нормы и стереотипы в социуме. Определена эстетическая функция моды, выражающаяся в трансляции идеалов прекрасного и гармоничного, и ее практическая ценность, обеспечивающая комфортное существование индивида в современном обществе. В заключение следует отметить, что мода является уникальным социокультурным кодом, она отражает определенные идеалы, взгляды и убеждения тех или иных личностей, транслирует их и, в свою очередь, формирует определенные ценности, нормы и стереотипы в обществе. Мода обладает некоторой символичностью: та или иная одежда может выражать духовную сущность людей. Мода необходима для социализации, репрезентации и самовыражения индивида. Она выполняет эстетическую роль в социуме, т.к. призвана транслировать идеалы прекрасного и гармоничного совершенства, отвечающим духовным потребностям людей. Мода является выражением современного состояния общества, она стремится обеспечить в нем комфортное существование человека, и таким образом реализует практическую функцию.

Для цитирования в научных исследованиях

Васильченко А.В. Мода как социокультурный феномен // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 1А-2А. С. 210-218. DOI: 10.34670/AR.2023.40.71.040

Ключевые слова

Общество, культура, мода, стиль, одежда, оверсайз.

Введение

В развитии и функционировании общества инновации являются определяющими факторами его динамики и прогресса. Наряду с этим, национальные традиции, ценности и идеалы также играют огромную роль в обществе, они способствуют сохранению национальной культуры и ментальности. Взаимосвязь традиционного и инновационного компонентов очень ярко и выразительно проявляется в моде. Для любого общества модные тенденции всегда актуальные и важны. Мода влияет на формирование повседневной культуры общества, внешнего образа людей, участвует в создании и конструировании имиджа личности. В процессе развития и изменения общества, также менялась и одежда, ее формы, фасоны, ткани, цветовые гаммы, которые являлись отражением культурных и национальных особенностей той или иной страны, социального статуса человека, его возраста, дохода, взглядов, идеалов и т.п. Мода быстро реагирует на общественные события, на изменения во взглядах и мировоззрении людей, и в этих изменениях проявляются особенности жизни и культуры людей в тот или иной исторический период времени. Таким образом, изучение феномена моды является актуальным в науке культурологии и имеет важное значение для исследования современного общества и его культуры.

Цель работы: исследовать понятие моды как социокультурного феномена, проанализировать его роль в современном обществе.

Основная часть

Слово *мода* происходит от латинского слова «modus» и означает *меру, умеренность, величину*. В русском языке данное слово появилось в XVII в., когда Петра I «прорубил окно в Европу». В Россию мода пришла из Парижа, который традиционно считается ее родиной. В широком смысле мода осмысливается как господство определенного стиля в одежде, обуви, внешнем виде человека, не обусловленного природной и климатической необходимостью. Важно подчеркнуть, что мода – это явление исключительно социокультурное. Мода призвана транслировать прежде всего идеи красоты, стиля, а не выживания (например, защиту от холода или непогоды). Например, кожа или шерсть необходимы для существования и жизнедеятельности людей в суровом климате, однако элементы, не являющиеся необходимыми для этого существования, такие как длинные носы туфель, вышивки, декоративные элементы на обуви представляют собой социокультурное явление, они выражают духовно-эстетическую сущность человека и отражают определенную моду. Метровые шлейфы платьев, женские корсеты, высокие каблуки также использовались не для выживания, а для красоты, стиля, привлекательности, они придавали фигуре стройность, делали безупречной осанку дамы. Мода была актуальной на протяжении всего развития и функционирования человеческого общества, однако особую популярность мода приобретает с начала XX века. В этот период появляются разнообразные дома мод, бутики готовой одежды, брендовые коллекции нарядов, мода начинает быстро меняться, она активно пополняется новыми элементами, формами и стилями [Гофман, 2010].

В начале XX в. мужчины заменяют полосатые брючные пиджаки блейзерами. Коко Шанель создает маленькое черное платье, которое до сих пор не теряет своей актуальности и считается брендом. Женские юбки укорачиваются, а обувь осмысливается как аксессуар, удлиняющий ноги. Модными считаются туфли на высокой платформе с открытым носком. В 30-е годы модной и

красивой считается одежда умеренной длины из мягкой, струящейся ткани с воланами, лентами, кружевами и оборками, а также туфли без шнуровки и сапоги с высокими каблуками. В 40-е годы большой популярностью стала пользоваться одежда батального стиля. Женщины стали использовать в своем гардеробе мужскую одежду. Коко Шанель конструирует брючные костюмы для женщин. 60-70-е годы – это время модного разнообразия, возникает молодежная мода, мини-платья. В этот период появляются различные стилевые направления в моде: «унисекс», хиппи, романтический, этнический, спортивный стиль и др. Центром мировой моды в это время становится Италия. В 80-90-е годы в женскую моду входят боди, леггинсы и ботфорты. Не теряют актуальности туфли на шпильках и деловые костюмы [Жилина, 2015].

Современная мода очень ярко отражает изменения, происходящие в культуре и обществе, соответствующие переходному периоду от индустриального общества к постиндустриальному. На смену традиционным ценностям приходят ценности глобализации, связанные с активными межкультурными взаимодействиями и межнациональными взаимоотношениями [Khadjarov, 2010]. В связи с этим в настоящее время особую актуальность приобретает проблема взаимообогащения и взаимопроникновения культур. Так, например, в современной Российской культуре большой популярностью, особенно среди подрастающего поколения и молодежи, пользуется Аниме-культура, являющаяся творческим наследием Японии. Аниме-культура считается одной из наиболее многочисленных и креативных молодежных субкультур. Увлеченность Манга и Аниме очень ярко выражается в выборе модной одежды.

В современном русском языке стало активно использоваться английское слово «тренд», означающее актуальное направление в моде [Жилиева, 2020].

Среди подростков и молодежи трендовыми стали считаться одежда, обувь, украшения и другие вещи с изображениями персонажей из любимых Аниме-сериалов и Манга.



Рисунок 1 - Толстовки с героем Аниме «Магическая битва»

Необходимо отметить, что участники субкультуры Аниме являются не просто пассивными потребителями уникального социокультурного продукта, но и реализуют свои художественно-эстетические потребности в форме активной и разнообразной собственной творческой деятельности, а именно – организуют и проводят различные мероприятия. Наибольшее трендовым является *косплей* (переводится как *костюмированная игра*). Его суть заключается в переодевании в различные костюмы любимых героев из Аниме и Манга, а также использование их атрибутики. Подготовка к этому мероприятию включает в себя самостоятельное изготовление костюма и элементов атрибутики любимого героя (парика, линз, повязки и т.п.).



Рисунок 2 - Косплей из Аниме-сериала «Сейлор Мун»

Современное общество характеризуется быстрым темпом жизни, увеличением количества мегаполисов, в которых жизнь большинства людей осуществляется по отработанной схеме: ранний подъем – длительный путь на работу или учебу – трудовой день – длительный путь домой – выполнение домашних дел – короткий, непродолжительный сон [Балюшина, 2017]. Люди проводят большое количество времени в транспорте, офисах, производственных цехах и т.п. В связи с этим модная одежда должна быть не только красивой, но и удобной, практичной, универсальной, чтобы в ней было комфортно находиться в транспорте, на улице, а также в помещении. В связи с этим, возникает новый стиль – оверсайз, для которого характерен свободный крой, увеличенный объем. Оверсайз ценят за то, что он обеспечивает человеку

комфорт, не стесняет движений и скрывает недостатки фигуры.

Важной тенденцией современного общества является его демократизация и эмансипация. Большинство женщин работают наравне с мужчинами на различных предприятиях, в цехах, а также занимаются бизнесом, водят автомобиль и т.п. Данная тенденция находит широкое выражение в моде. На сегодняшний день достаточно распространенными в женском гардеробе являются брюки, джинсы, рубашки-бойфренды и пиджаки в мужском стиле [Напсо, 2016]. Стильными и модными становятся джинсы «мом» (переводятся как «машины джинсы»), которые, подобно стилю оверсайз, создают удобство и комфорт их обладателям. Джинсы мом отличаются от классических джинсов мешковатостью, широким кроем, завышенной талией.



Рисунок 3 - Джинсы в стиле «мом»

Трендовыми считаются и широкие джинсы, которые олицетворяют свободу, комфорт и неординарность. Их широкий крой позволяет людям чувствовать себя раскрепощенно. Такие джинсы абсолютно не сковывают движений, что является особенно важным в современном бешеном ритме жизни.

Важно отметить, что одним из самых консервативных направлений в мире моды считается деловой стиль, однако в современном обществе в связи с развитием новых технологий, взглядов и ценностей традиционный деловой костюм претерпевает различные изменения, следуя современным модным тенденциям. Дизайнеры пытаются модернизировать деловой дресс-код, а также привнести в него некоторые ретро-элементы. Особенно это касается именно женского делового костюма.



Рисунок 4 - Широкие джинсы

Например, дизайнеры предлагают заменить прямые классические брюки на дудочки в стиле 50-х гг., не облегающие ноги, а свободно обрисовывающие их. Под пиджак можно надеть рубашку в мужском стиле. Допускается носить белую футболку. Можно использовать не прямую юбку, а юбку-карандаш. Следуя модным тенденциям, дизайнеры и стилисты предлагают обратить внимание женщин на брючный костюм в стиле оверсайз, словно снятый с чужого мужского плеча, который обеспечивает большой комфорт за счет широких, свободных без размера брюк и широкого двубортного пиджака или жакета. Из обуви рекомендуют использовать сапоги, ботильоны на высоком каблуке, туфли-лодочки, лоферы, оксфорды.



Рисунок 5 - Женские деловые костюмы в стиле оверсайз

Популяризация спорта в современной культуре выражается в модном и особенно актуальном в настоящее время спортивном стиле.



Рисунок 6 - Спортивный стиль в современной культуре

Спортивные костюмы, толстовки, худи, свитшоты, лонгсливы, футболки, майки, кроссовки, кеды удобно использовать не только на тренировках, но и повседневной жизни (в транспорте, на работе, отдыхе, прогулке и т.п.). Таким образом, современный ритм жизни общества стирает грани между деловой и повседневной одеждой, а также между мужским и женским костюмом.

Заключение

В заключение следует отметить, что мода является уникальным социокультурным кодом, она отражает определенные идеалы, взгляды и убеждения тех или иных личностей, транслирует их и, в свою очередь, формирует определенные ценности, нормы и стереотипы в обществе. Мода обладает некоторой символичностью: та или иная одежда может выражать духовную сущность людей, например, маленькое черное платье, созданное Коко Шанель, несет в себе идеалы скромности, элегантности, изящности, практичности, универсальности и грусти, а современные широкие джинсы пропагандируют свободу и неординарность личности. Мода необходима для социализации, репрезентации и самовыражения индивида. Она выполняет эстетическую роль в социуме, т.к. призвана транслировать идеалы прекрасного и гармоничного совершенства, отвечающим духовным потребностям людей. На примере стилей оверсайз, мом, спортивном мы видим, что нынешняя мода не ограничивается выполнением только лишь эстетической функции. Мода является выражением современного состояния общества, она стремится обеспечить в нем комфортное существование человека, и таким образом реализует практическую функцию.

Библиография

1. Балюшина Ю.Л. Проблема деградации личности под влиянием городского пространства (социально-философский аспект) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 8 (82). С. 40-43.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 2010. 228 с.
3. Жилина А.А. Современное понимание сущности моды // Современные исследования социальных проблем. 2015. № 6 (50). С. 101-110.
4. Жилиева А.А. Особенности современной моды // Молодой ученый. 2020. № 21 (311). С. 450-451.
5. Напс М.Д. Мода в обществе потребления // Социодинамика. 2016. № 9. С. 46-51.
6. Khadjarov M.H. Globalization of the social sphere: cultural problems in a transforming world // Bulletin of the Orenburg State University. 2010. No. 7. P. 93-99.
7. Maria B. et al. Cultural globalisation, consumer society and fashion industry in Russia: new socio-historical trends //Wisdom. – 2019. – №. 2 (13). – С. 146-154.
8. Kellner D. Fashion, advertising and identity in the consumer society //Consumer culture, modernity and identity. – 2013. – С. 168-203.
9. Gurova O. Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia. – Routledge, 2014.
10. Niinimäki K. Consumer values and eco-fashion in the future //FFRC eBOOK. – 2009. – №. 7/2009. – С. 125-134.

Fashion as a socio-cultural phenomenon

Aleksandra V. Vasil'chenko

PhD in Cultural Studies,
Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies,
Komsomolsk-on-Amur State University,
681013, 27, Lenina ave., Komsomolsk-on-Amur, Russian Federation;
e-mail: Avas_27@mail.ru

Abstract

The paper discusses the concept of "fashion", analyzes its role in modern society and culture. In the course of the study, it was noted that fashion is a sociocultural phenomenon and code, it reflects the ideals, views and beliefs of people, broadcasts them, and, in turn, forms certain values, norms and stereotypes in society. The aesthetic function of fashion, expressed in the translation of the ideals of the beautiful and harmonious, and its practical value, which ensures a comfortable existence of the individual in modern society, are determined. In conclusion, it should be noted that fashion is a unique socio-cultural code, it reflects certain ideals, views and beliefs of certain individuals, broadcasts them and, in turn, forms certain values, norms and stereotypes in society. Fashion has some symbolism: this or that clothing can express the spiritual essence of people. Fashion is necessary for the socialization, representation and self-expression of the individual. It performs an aesthetic role in society, because is called upon to broadcast the ideals of beautiful and harmonious perfection that meets the spiritual needs of people. Fashion is an expression of the current state of society, it seeks to ensure a comfortable existence of a person in it, and thus implements a practical function.

For citation

Vasil'chenko A.V. (2023) Moda kak sotsiokul'turnyi fenomen [Fashion as a socio-cultural phenomenon]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (1A-2A), pp. 210-218. DOI: 10.34670/AR.2023.40.71.040

Keywords

Society, culture, fashion, style, clothing, oversize

References

1. Balyushina Yu.L. (2017) Problema degradatsii lichnosti pod vliyaniem gorodskogo prostranstva (sotsial'no-filosofskii aspekt) [The problem of personality degradation under the influence of urban space (social and philosophical aspect)]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Matters of theory and practice], 8 (82), pp. 40-43.
2. Gofman A.B. (2010) *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and people. New theory of fashion and fashion behavior]. Moscow.
3. Khadjarov M.H. (2010) Globalization of the social sphere: cultural problems in a transforming world. *Bulletin of the Orenburg State University*, 7, pp. 93-99.
4. Napso M.D. (2016) Moda v obshchestve potrebleniya [Fashion in the consumer society]. *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 9, pp. 46-51.
5. Zhilina A.A. (2015) Sovremennoe ponimanie sushchnosti mody [Modern understanding of the essence of fashion]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern studies of social problems], 6 (50), pp. 101-110.
6. Zhilyaeva A.A. (2020) Osobennosti sovremennoi mody [Features of modern fashion]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 21 (311), pp. 450-451.
7. Maria, B., Polina, P., Alexander, P., & Ariadna, P. (2019). Cultural globalisation, consumer society and fashion industry in Russia: new socio-historical trends. *Wisdom*, (2 (13)), 146-154.
8. Kellner, D. (2013). Fashion, advertising and identity in the consumer society. *Consumer culture, modernity and identity*, 168-203.
9. Gurova, O. (2014). *Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia*. Routledge.
10. Niinimäki, K. (2009). Consumer values and eco-fashion in the future. *FFRC eBOOK*, (7/2009), 125-134.