

МОДА (лат. *modus* — мера, правило, образ) — обычно непродолжительное господство определенного типа стандартизированного массового поведения, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего предметного) окружения людей. Кант определял М. как «непостоянный образ жизни». Как массовое увлечение каким-либо явлением М. известна еще с древности; М. в современном понимании появляется в Европе в 14—15 вв. Изучение М. не должно ограничиваться ее сведением только к эстетическому феномену, что приводит к выпадению из поля зрения многих особенностей ее природы и функционирования. Природе М. свойственны: релятивизм (быстрая смена модных форм), цикличность (периодическая обращенность в прошлое, к традициям), иррациональность (М. обращена к эмоциям человека, ее предписания не всегда соотносятся с логикой или здравым смыслом), универсальность (сфера деятельности современной М. практически не ограничена; М. обращена ко всем сразу и к каждому отдельно). М. выступает как внешнее оформление внутреннего содержания общественной жизни, выражая уровень и особенности массового вкуса данного общества в данное время.

К функциям М. можно отнести ее возможность конструировать, прогнозировать, распространять и внедрять определенные ценности и образцы поведения, формировать вкусы субъекта и управлять ими. М. дополняет традиционные формы культуры через их преломление современностью и конструирует на этой основе новое окружение человека и его самого. М. выступает как одно из средств социализации: М. как подражание данному образцу «удовлетворяет потребности в социальной опоре, дает всеобщее, общепринятое» одинокому человеку (Зиммель). Еще одной функцией М. является функция социальной маркировки, идентификации, дистанцирования. Зиммель считал М. классовым явлением: М. различных социальных слоев всегда различна. «Космополитичная» функция современной М. заключается в ее тенденции к сближению и размыванию национальных стилей на основе массовой культуры и универсального стиля. Можно говорить и об экономической функции М., связанной с ее динамизмом: М. опережает физический износ предмета (товара) моральным и, следовательно, обеспечивает промышленность спросом на новое, постоянно расчищая рынок для сбыта. Современная М. имеет две существенные особенности: М. 19—20 вв. представляет собой систематические, организованные, масштабные трансформации внешнего и внутреннего мира личности (современная М. — это смена стиля, а не двухтрех предметов или форм), ритм смены стилей в современной М. резко возрос (сейчас модный стиль держится в среднем 7—10 лет). По вопросу специфики механизмов распространения М. большинство исследователей высказывается за ведущую роль психологических факторов: подражание (Лебон), стремление к собственному величию (Фрейд), «желание быть значительным» (Дьюи), обретение социальной опоры (Зиммель). Наряду с этими факторами указывают еще на массовую привычку, на то, что М. выступает как оценивающая и предписывающая сила. Эффективность проявления подобных факторов зависит от качества среды действия М.: динамизма развития общества, готовности к изменениям, восприимчивости к новому и т.п.

МОДА

Автор: словарь
21.11.2008 02:22 -

Д.К. Безнюк