

Лапина Н.П., Лукьянов А.В.
Башкирский государственный университет
E-mail: Lukyanov@bsu.bashedu.ru

МАССОВАЯ МОДА КАК ОДНА ИЗ ФОРМ СИМВОЛИЧЕСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В статье рассматривается феномен массовой моды, которая в настоящее время перестает передавать информацию в силу ее массовости. Эпоха техники, массивности оппозиционна новым смыслам, благодаря которым человек оказывается способным познавать созданный им мир социальных и духовных реалий.

Ключевые слова: мода, массовая мода, символическая социальная реальность, творческий процесс.

Мода есть конкретная форма символической социальной реальности. Определить символическую реальность можно как сферу жизнедеятельности человека и социума, в фундаменте которой лежит деятельность по производству и воспроизведению символов, по формированию духовного пространства, в основе которого находится символическая потенция бытия, которая «мерцает» смыслами. В символе, как необходимо заметить, «струятся» духовные энергии, которые самоопределяют сам социум.

Имя – символический момент социального мира. «В имени как в символе сущность впервые является всему иному, ибо в символе как раз струятся те самые энергии, которые, не покидая сущности, тем не менее, частично являют ее всему окружающему» [1]. Огромная социально-эвристическая ценность данного суждения несомненна. Имя делает самобытной культуру народа, которая, по большому счету, оппозиционна моде как проявлению рассудочного мышления людей, ориентированных на век, на эпоху.

Разумеется, о моде можно вести речь по крайней мере в двух смыслах. Мода находит свою реализацию как процесс освоения «естественной среды», причем в знаково-символической форме, т. е. как предпосылка самого существования культуры. Кроме того, мода (в том числе и массовая) проявляется как процесс воздействия знаково-символической сферы на социальный субъект, на его восприятие объектов, как процесс, направленный на укрепление и восстановление существующих ценностей.

К теме моды обращались мыслители различных эпох. Великая французская революция привнесла демократизирующие тенденции, так что, в конце концов, внешность человека постепенно становится достаточно свободной (в том

числе и от приоритетов художественной культуры). Человек XVIII века ощущает единым не только окружающий его мир, но и себя самого. XIX век характеризуется тем, что сама картина мира «множится», так что сам человек начинает ощущать себя как весьма сложное существо, живущее многими жизнями. Романтизм и реализм, как две эстетические системы века, начинают оказывать громадное воздействие на внутренний, душевный мир европейца, но не на внешний облик человека. Поэтому далеко не случайно многие факты, связанные с формированием европейской моды (в границах XIX века), соотносятся с периодами Реставрации (1815–1820), второго рококо (1840–1870), но не с периодом реализма [2].

Эпоха романтизма в плане массовой моды также не сразу откристаллизовалась в образе самого человека. Стремление человека к индивидуализации сочеталось с реализмом, т. е. с тягой к естественности, с отказом от напудренных париков, грима и мушек.

О массовой моде при этом вполне можно вести речь в двух основных смыслах. Во-первых, эта мода, как правило, реализуется как процесс освоения «естественной среды» в знаково-символической форме, т. е. как фундаментальный способ существования самой культуры. Во-вторых, сама мода находит свое проявление в качестве процесса «воздействия знаково-символической сферы на субъект, на его восприятие мира объектов» [3]. Общественная, массовая мода, в данном плане, проявляется как социокультурный процесс воздействия на существующие ценности. Мода укрепляет, стабилизирует ценностный мир индивидов.

Объекты, вещи и социальный мир в целом не даны человеку непосредственным образом.

Между социальным субъектом и миром выстраивается символическая реальность. Необходимо заметить, что символы как бы «пронизывают» массовую моду, насыщая ее все новыми и новыми смыслами, дают «толчок» в ее становлении. Мир моды весьма условен. Подменяя многие сферы жизни человека, мода становится для человека, так сказать, «второй натурой». По мнению Э. Кассирера, основой существования человека выступает деятельность по воспроизводству символов. Сама культура и массовая мода основана на символической активности человека.

Ведь философия, выступая в качестве критики познания и цивилизации, предстает как символическая активность второго плана, которая заключается в процессе индивидуализации духовного, нравственного содержания символической активности. Поэтому задача исследователя состоит в обнаружении структурных связей индивида с некими «надличностными» духовными и культурными формами. Вместе с тем необходимо указать на специфические черты, делающие событие (в том числе и событие моды) неповторимым.

Уже в Древнем Риме «боги самофракийских таинств» носили имя «могущественных богов», чистых духовных потенций, противоположных материальным богам. Поэтому они зачастую и изображались только в виде «масок», т. е. модных, знаково-символических форм [4]. Но маска затемняет личность. Она есть всего лишь некая личина, под которую прячется человек. Ориентируясь на массовую моду, человек надевает на себя «маски», а тем самым нивелирует свое «Я». Именно, может быть, поэтому только «в одну часовню Диониса в Афинах была впущена маска, кроме того, еще на остров Лесбос» [4; 236]. В дальнейшем же «маски» мыслились в своей неразрывной связи с самой знаково-символической деятельностью человека.

Массовая мода есть культурный феномен, способный формировать сам образ жизни людей, а также отражать изменения, происходящие в самом обществе. В силу этого такая мода включает в себе основные черты и поэтому объясняет основные тенденции современной нам эпохи. Мода выступает своеобразным «индикатором» социокультурных, духовных изменений. «Моде, – пишет М.Ю. Биктуганова, – подвластны и предметы, используемые челове-

ком дома, и идеи, доминирующие в разные периоды времени» [3].

Настоящее исследование феномена массовой моды позволяет осмыслить сущность той или иной эпохи, сами смысловые формы культуры. Мода есть некий язык, благодаря которому сама культура вполне оказывается способной «рассказать» о самой себе.

Стиль моды, выступающий как процесс самоидентификации культуры, является «механизмом» самоопределения культуры в ее целостности. Поэтому мода – способ «самоидентификации» субъектов культуры. В данном отношении одной из глобальных проблем понимания сущности массовой моды и модного стиля выступает проблема целостности и границ самой массовой моды. Мода выявляет структурную основу определенности культуры и стиля и ее соотнесенность с определенностями иного типа. Массовая мода как культурная целостность и одновременно как субъект культуры принадлежит к символической реальности – сфере выражения смыслов. Мода, как видим, находится во взаимосвязи с духовной, социальной реальностью, т. е. со сферой устойчивых и объективных социальных и духовных структур [3].

Массовая мода есть характеристика особого способа бытия человека в мире. Мода – это определенный образ жизни человека. Стремясь носить модную одежду, человек демонстрирует свое желание выделяться среди других людей, тем самым мода способствует желанию индивида выделяться среди других людей.

Одежда указывает, разумеется, на принадлежность человека к определенной социальной группе. Сама закономерность развития стиля моды определяется при этом не какой-то универсальной причиной, а самим типом организации субъектности. Одежда символизирует душевные силы (потенции) индивидуума. Но одежда как «личина» человека есть некая символическая ценность, детерминированная социально-исторической основой его бытия. Именно благодаря одежде человек постепенно понимает, что «вещи» не так долговечны, как они кажутся. Одежда может «сбрасываться» (сама «логика моды» состоит в постоянно «увеличивающейся» скорости оборота вещей и процессов). Общественная мода быстро меняется, так как сам человек постоянно ищет что-то новое, а сама мода от-

ражает данное стремление к постоянному и неуклонному изменению [5].

В настоящее время мы наблюдаем ускорение модных тенденций. Сегодня идет процесс взаимного проникновения культур, так что постоянно рождаются все новые и новые смыслы. Массовая мода перестает передавать информацию об эпохе; она, в принципе, сама предстает как некий «открытый текст», который приобретает новые смыслы и значения. Мода формирует такую социокультурную и символическую реальность, в которой, на наш взгляд, формируются новые смыслы, благодаря которым человек познает создаваемый им мир.

Массовая мода, ее основная идея сопряжена с темой культурной идентификации и, по существу, является незавершенным процессом выяснения социального статуса общественного субъекта. Границы моды неявны и взаимоотносительны, а сам характер коллективных ожиданий модных решений не является неукоснительным для самого субъекта. Само духовное, культурное самоопределение субъекта предполагает вполне активную интерпретацию моделей духовного и душевного равновесия. При этом отношение к иным культурным и духовным общностям и ярким индивидуальностям является определенным шагом на пути к основной цели – постижению «самости», внутреннего мира субъекта. При этом сам «стержень» культурной идентификации «красной чертой» проходит через индивидуальность, которая творческим образом «осваивает» культурный и духовный мир. Мода требует, взывает к «самости», «личине» культуры.

Массовая мода (в этом смысле) – некая «квинтэссенция» культуры, субъектности индивида и индивидуума. Мода состоит в осознании высшей степени заинтересованности человека миром. Она составляет его экзистенциально-бытийственную основу. Индивидуальная самость – некая разновидность такого значения моды.

Основа для социально-философского осмысления феномена массовой моды появляется там и только тогда, где и когда социальное и культурное бытие перекрещиваются в самом человеке, причем на экзистенциальном уровне существования. Мода – это вполне возможный проект экзистенциальной целостности субъекта. Массовая мода проявляется в смысложиз-

ненных альтернативах. Ее сфера – «жизненный мир», пронизанный не только индивидуальными, но и коллективными эмоциональными переживаниями. Мода интересует прежде всего такого субъекта, который заинтересован в обнаружении и осуществлении своей культурной, духовной самостоятельности.

Сам процесс самоидентификации субъекта в социокультурном пространстве совершается посредством обработки символических границ, имеющих решающее значение для «Я». Далеко не случайно мода выражает это «Я». И человек очень боится нарушить запреты, продиктованные модой.

Нам думается, что массовая мода выступает как креативная сила символизирующей деятельности, как сама основа, базис культуры, как некая форма обнаружения ее субъектности. Массовая мода, на наш взгляд, наделяет избирательную активность поиска жизненных основ бытия субъекта телесностью, которая уже затем существует как культурный смысл и символ. В связи с этим мода может приобрести смысл духовного, культурного образца, на который ориентируется сам социальный субъект в процессе собственной идентификации.

Субъект при этом может принимать или, напротив, отвергать моду. Но ясно одно, что массовая мода весьма активным образом «артикулирует» интерпретационную деятельность субъекта, направленную на установление им своей «самости», своей сущности. Отсюда можно заключить, что мода есть не только статусный, формально-закрепляющий, но и творческий, проективный процесс, свидетельствующий о наличии живой личности, т. е. той, которая мыслит, а не посредством которой мыслят и говорят. Аккумулируя разносторонние отношения субъекта к миру сквозь «призму» основополагающих бытийных смыслов, мода «интегрирует» субъекта как культурную целостность и выступает основой его идентичности. Массовая мода при этом оказывается не только внутренним достоянием субъекта, но и рассчитана на признание и прочтение образа «самости» человека в культурном мире. Мода есть, видимо, предпосылка вступления в открытый диалог человека с другими людьми.

Массовая мода, сопряженная с различным содержанием «самости» человека, степенью ее выраженности в формах жизнедеятельности,

приоткрывает путь к дальнейшей интерпретации стилевых систем жизни. В связи с этим мода как коммуникация имеет выходы в мировоззренческие или поведенческие, знаковые или символические формы культуры. Она, таким образом, позволяет диагностировать содержание и формы субъектности в самых разных культурных традициях.

Мода созидает некий «портрет» каждой культуры, выступает в качестве диапазона формирования ее смыслов. В связи с этим массовая мода является жизненной основой существования культуры, формой символической активности социальной реальности.

22.07.2012

Список литературы:

1. Лосев, А.Ф. Философия имени. – М., 1927. – С. 104.
2. Иллюстрированная энциклопедия моды / Пер. с чешск. – Прага, 1966.
3. Биктуганова, М.Ю. Мода как одна из форм символической реальности // Наука. Философия. Общество. Материалы V Российского философского конгресса. – Новосибирск: Параллель, 2009. – Т. 2. – С. 265.
4. Schelling, F.W.J. Philosophie der Offenbarung 1841/42. Herausgegeben und eingeleitet von M. Frank. – Suhrkamp. – Frankfurt am Main, 1977. – С. 236.
5. Устюгова, Е.Н. Стиль как самоидентификация субъекта культуры // Первый Российский философский конгресс. – Санкт-Петербург, 1977. – Т. VI. – С. 187.

Сведения об авторах:

Лапина Наталья Петровна, преподаватель Уфимской государственной академии экономики и сервиса

Лукьянов Аркадий Викторович, профессор кафедры философии и методологии науки Башкирского государственного университета, доктор философских наук, профессор 450074, г. Уфа, ул. Фрунзе, 32, тел. (347) 2865284, e-mail: Lukyanow@bsu.bashedu.ru

UDC 1(07)

Lapina N.P., Lukyanov A.V.

Bashkir state university

E-mail: Lukyanov@bsu.bashedu.ru

MASS FASHION AS A FORM OF SYMBOLIC SOCIAL REALITY

The article discusses the phenomenon of mass fashion, which at the present time ceases to transmit information by virtue of its mass. Time of technology, the massiveness of oppositional new meaning, thanks to which four-Rights is the ability to know he created the world of social and moral realities.

Key words: fashion, mass fashion, social symbolic of reality, the creative process.

Bibliography:

1. Losev, A.F. Philosophy name. – M., 1927. – P. 104.
2. Illustrated Encyclopedia of Fashion / Translated from Czech. – Prague, 1966.
3. Biktuganova, M.Yu. Fashion as a form of symbolic reality // Science. Philosophy. Society. Russian philosopher of the V-tion of Congress. – Novosibirsk: Parallel, 2009. – Т. 2. – P. 265.
4. Schelling, F.W.J. Philosophie der Offenbarung 1841/42. Herausgegeben und eingeleitet von M. Frank. – Suhrkamp. – Frankfurt am Main, 1977. – P. 236.
6. Ustyugova, E.N. Style as identity of the subject of culture // First Russian Philosophical Congress. – St. Petersburg, 1977. – Т. VI. – P. 187.