

И.В. Антоненко

*д-р психол. наук, профессор, зав. кафедрой, кафедра психологии,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии»*

И.Н. Карицкий

*канд. психол. наук, доцент, кафедра психологии,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии»*

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ МОДЫ

Аннотация. В статье изложены теория культурных слоев моды, теория формирования стилей одежды и социальная психология моды. Выделены основные детерминанты одежды, которые формируют физические и социальные слои одежды. Основные физические и социальные слои одежды: адаптивный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный. Стили одежды образуются, прежде всего, на основе функционального, символического и индивидуального слоя. Мода представляет собой социальную акцентуацию определенного стиля одежды, выраженную в массовом предпочтении данного стиля.

Ключевые слова: мода, одежда, стиль, культурный слой, социальная психология, социальная перцепция, личностная и социальная идентичность.

I.V. Antonenko, Moscow state university of design and technology

I.N. Karitsky, Moscow state university of design and technology

SOCIAL PSYCHOLOGY OF FASHION

Abstract. The article states views on a theory of cultural layers of fashion, the theory of the formation of clothing styles and social psychology of fashion. The basic determinants of clothes that create the physical and social layers of clothing were emphasized. Basic physical and social layers of clothing are: adaptive, functional, symbolic, regulatory and individual. Clothing styles are formed primarily on the basis of functional, symbolic and individual layer. Fashion is a social accentuation of a certain style of wear, expressed in a mass preference of this style.

Keywords: fashion, dress, style, cultural layer, social psychology, social perception, personal and social identity.

Мода относится к динамичным социальным явлениям, широко распространенным во всех сферах общества и в то же время малоизученным, имеющим также существенное и специфическое психологическое содержание, которое требует своей научной экспликации, поскольку мода является не только следствием некоторой совокупности социальных и культурных факторов, пусть и это само по себе важно, но и, в свою очередь, сама представляет собой значимый фактор экономического, социального и культурного движения, сложным образом увязанный в систему совокупного и разнонаправленного социального развития, зачастую оказывая весомую поддержку его ведущему вектору. Хотя в той или иной форме мода присутствует в любом социальном явлении, наиболее определенно и заметно она связывается с модой в одежде, что и составляет предмет настоящего исследования, тем более что закономерности, выявленные в этой акцентуированной определенности легко транспонируются и на другие области. Некоторые психологические закономерности феномена моды мы далее раскроем в данной работе.

Возникновения феномена моды уходит в глубь веков, и с полной уверенностью сложно сказать, когда в историческом плане в некотором социальном явлении мы с уверенностью можем отделить, собственно, само явление от того его аспекта, который достаточно точно может быть квалифицирован как мода. Явление меняется под давлением разных причин, а мы можем эти изменения истолковывать то в категориях сугубо объективной детерминации, то с налетом субъективных интерпретаций в парадигме популярных тенденций. Так или иначе, одни исследователи пытаются осмыслить феномен моды чуть ли не с доисторических времен, другие – более взвешенно – все же со времен цивилизации [10, 17, 25, 32]. О моде можно говорить по отношению к едва ли не любому социальному явлению, но чаще, и это справедливо, говорят о моде в одежде, и более узко – о моде в женской одежде, где феномен моды наиболее определен, выпукл и в полной мере развит, можно сказать, что в женской одежде мода существует как в собственной однородной стихии [8, 34, 37]. И далее мы будем исследовать

именно данный феномен, иногда шире – мода в одежде, иногда уже – мода в женской одежде.

Безотносительно к культурно-историческим периодам критерием выделения моды в одежде может служить различие совокупности объективных детерминант одежды (климат, доступность определенных материалов, существующие технологии, виды деятельности), которые определяют ее особенности, и того, что накладывается «сверху» на эти объективные детерминанты, варьируя модификации одежды в определенных стилевых особенностях. Это наложение «сверху», детерминируемое культурой, а не природой, и есть, собственно мода. Если говорить об этом более точно и развернуто, то необходимо выделить пять природно-социальных слоев одежды, которые составляют объективную основу и стилевых особенностей одежды, и моды на определенные стили.

Мы разработали комплексную многомерно-параметрическую концепцию пяти культурных слоев моды в одежде. Коротко ее суть в следующем. Первый слой одежды, сугубо материальный, обеспечивает защиту тела от неблагоприятных факторов внешней среды, он является адаптивным. Этот слой для одежды исходный и реализует потребность человека в создании лучших условий выживания в текущих природных обстоятельствах. Другими словами, при экваториальном, субэкваториальном и тропическом климате обычно можно обходиться или без одежды, или некоторым ее минимумом, в субтропиках одежда необходима, но обычно легкая, в умеренном климате без одежды обойтись никак нельзя, а в субарктическом надо выживать и одежда должна быть особо прочной и теплой. И конечно, в каждой климатической зоне есть свои специфические природные факторы, от которых должна защищать одежда (солнце, жара, ветер, песок, дождь, снег, море, мороз и т.п.). То есть первый слой одежды является природным, материальным, он отвечает насущной необходимости адаптироваться к природной среде, его главный признак – необходимость, природная обусловленность. Поэтому его можно назвать физиологическим, природным, адаптационным, защитным или необходимым слоем. Далее мы будем называть его в основном адаптивным слоем [7, 20].

Второй слой одежды связан с ее функциональностью. В одной и той же природно-климатической зоне человек занят разными видами деятельности и находится в разных ситуациях: работает в поле, занят охотой, рыбной ловлей, управлением, стоит за станком, сидит за рулем автомобиля, трудится в офисе, в лаборатории, преподает, развлекается, отдыхает, находится на официальной приеме, в театре, ресторане, занят спортом и т.п. То есть одежда, прежде всего, соответствует физиологическим потребностям в данной природной среде, но теперь на нее насаивается согласованность с видом деятельности или с ситуацией, она должна быть оптимальна для этой деятельности или ситуации, не мешать ей, а способствовать. Здесь, конечно, уже присутствует не только функциональность одежды как простое соответствие виду деятельности, но и элементы культурной обусловленности в форме традиционной одежды для данного вида деятельности, но все же на первом плане стоит именно функциональность одежды. И, таким образом, это второй социальный слой одежды – функциональный [21, 27, 31, 33].

Третий слой одежды – символический. Его основная роль состоит в обозначении социальных статусов, в простейшем случае – указание на изобилие чего-то или богатство, на раба, надсмотрщика, рабовладельца или жреца и царя, на крестьянина, ремесленника определенного цеха, купца или феодала, в других случаях – на один из множества социальных статусов существующих в сложном обществе. В любом случае это как-то присутствует в одежде: традиционная одежда крестьянина, военного, моряка, учителя, рабочего, клерка, брокера, заключенного и т.п. В одних случаях такого рода знаки очень определены и заметны, в других они не бросаются в глаза, но всегда существуют [1, 4, 6, 12, 14, 19, 26, 29, 30].

С символическим слоем смыкается четвертый слой – регуляционный. Его можно специально выделять или говорить о второй функции символического слоя (регуляционной), но поскольку этот слой не всегда связан с символическим, то правильнее все же рассматривать его

отдельно. Дело в том, что все три рассмотренных выше слоя обладают способностью к регулированию социальных отношений, особенно функциональный и символический. Мы по-разному относимся к рабочему и банкиру, к человеку в бедной и богатой одежде, к тем, кого принимаем за подчиненного и за начальника, к артистам, чиновникам, педагогам, военным и т.п. То есть одежда еще регулирует наши взаимоотношения, через нее мы приписываем определенные социальные качества ее носителям и соответственно изменяем свое отношение и поведение [2, 15, 16, 19, 23].

Пятый слой одежды может иметь несколько источников, но главным его признаком является индивидуальность. Это новая надстройка над четырьмя предыдущими слоями, выражающая личные предпочтения. Один человек может предпочитать спортивную одежду, другой яркие тона, третий выбирает не выделяться из общей массы, четвертый, наоборот, демонстративно проявляет свою принадлежность определенной социальной группе или выражает какого-то рода оригинальность и т.д. Важно то, что при любом варианте одежда индивидуализирована через личный выбор: не выделяться в одежде является таким же выбором, как и выделяться, т.е. индивидуальный слой всегда присутствует в одежде. Для одних он строится на некоем рода привычках: тот, кто занимается спортом, часто предпочитает спортивный стиль одежды, кто занят в сфере искусства, одевается более свободно и артистично, чиновник узнаваем в классическом строгом костюме, а определенная ментальность присутствует в стиле милитари [5, 11, 19, 28, 34, 35, 38].

Конечно, более всего индивидуальность бросается в глаза, когда она контрастирует с окружающими, это стили: панк, готический, хиппи, гламурный, авангардный, балетный, ретро, кантри, эмо, этнический и т.п. В любом случае, индивидуальность надстраивается над природным слоем одежды, ее функциональностью, символическим и регуляционным слоями, в одних случаях акцентируя функциональность, распространяя ее за сферы исходной деятельности (повседневный спортивный стиль, повседневные пиджак или куртка), в других случаях сигнализируя об определенной социальной группе или ментальности (винтаж, панк, хиппи, милитари, спортивный, экологический, азиатский, академический и другие стили), в третьих проявляясь как элемент самой функциональности (некоторого рода украшение, особая деталь в функциональной одежде), в четвертых демонстрируя желание выделиться, обратить на себя внимание. И конечно, индивидуальный слой одежды обратно связывается с функциональностью, символическостью и регуляционным аспектом одежды, порождая вторичную функциональность, символическость и социальную регуляцию [1, 4, 5, 8, 9, 10, 21, 24, 25, 30, 32, 38].

Стили одежды образуются, прежде всего, на основе функционального, символического и индивидуального слоя. Образование стиля на базе функционального или символического слоя это довольно обычный механизм формирования стиля одежды. Так возникли стили «белый воротничок», «голубой воротничок», богемный, академический, вечерний, стили профессиональной одежды (множество стилей), спортивный, военный, а также различные дресс-коды и пр. Хотя стиль одежды, основанный на принципах функциональности или символической сигнальности, прежде всего, связан со специфической деятельностью, ситуацией или статусом, он также легко может становиться стилем индивидуальности, если человек начинает отдавать предпочтение этому стилю, расширяя, таким образом, социальную зону его использования. Это чаще всего касается стилей спортивного, милитари, управленцев среднего звена (деловой костюм), богемного, некоторых профессиональных стилей и др.

Стиль на основе индивидуального слоя в принципе может сформироваться по любому признаку или группе признаков, на основе многообразных культурных оснований, и предугадать актуализацию этих оснований затруднительно, хотя по наметившимся социальным тенденциям и преобладающим практикам можно говорить о новых стилевых трендах для определенных социальных групп и субкультур. Здесь надо различать уникальные индивидуальные стили,

совершенно личные (мы их замечаем, но обычно они не имеют названий, разве что в коллекциях модных домов, их общим названием, наверное, является название «авангардный стиль»), узкогрупповые (вплоть до стиля определенного двора, компании), субкультурные, при этом речь может идти и о реальных, и о номинальных социальных группах (хиппи, готический, рок, панк, эмокид, теды, скинхеды, гламурный, авиатор, азиатский, анимализм, бельевого, вамп, гарсон и пр.), и стили больших социальных групп (стиль пожилых, стиль молодых, стиль рабочих, стиль таксистов, стиль менеджеров, стиль топ-менеджеров, стиль военных, стиль клерков, стиль богемы), а в отдельных случаях и обществ в целом (скажем, стиль Северной Кореи, или тенденции немецкой моды в Германии конца 1930-х гг.) [8, 15, 16, 19, 28, 35].

В отдельных случаях адаптивный слой одежды также может выступить основанием образования стиля, если он выступает в значении индивидуализации. Это случай, когда национальный, этнический костюм или отдельные его элементы начинают проявляться или господствовать в массовой одежде. Примерами стиля на основе адаптивного слоя, когда он индивидуализируется, являются стили: колониальный, сафари, отдельные этнические стили (азиатские, африканские, индейские) и стили на основе национальных костюмов. Но это всегда частичное использование адаптивного слоя одежды, его отдельных узнаваемых элементов, а не полное копирование. Это, скорее, намек на определенную культуру, для которой характерен особенный адаптивный слой одежды, но не адаптивный слой как таковой [6, 12, 17, 23, 29].

Таким образом, стиль одежды включает в себя пять культурных слоев – адаптационный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный. В функциональном слое мы можем различать подслои деятельностный (обусловленный видом деятельности: рабочий, моряк, купец, чиновник) и ситуационный (обусловленный ситуацией: на работе, вечерний прием, дома, на отдыхе). Каждый из них, в свою очередь, детерминирован рядом факторов, важнейшими из которых являются: климат, сезон, традиция, инерция, функциональность, образ жизни, среда, возраст, ментальность, идеология, самовыражение, гендер, сексуальность, оппозиционность, технологии, ситуация, заимствование, смена впечатлений и др. Рассмотрим некоторые аспекты социальной психологии одежды и моды.

Как и всякое социальное явление, одежда, ее стили и мода являются субъективной данностью индивидуального и массового сознания. На уровне адаптивного слоя одежда удовлетворяет базовую потребность в защите от природных факторов. Здесь социальная психология следует, прежде всего, за физиологическими потребностями, а также за существующими материалами и технологиями [3, 15]. Хотя и в адаптивном слое всегда представлены определенные культура и традиция, они вторичны по отношению к физиологическим потребностям, материалам и технологиям, т.е. являются элементарной преемственностью в привычной форме одежды. То есть психология здесь представлена в своей консервативной составляющей как социальная психология традиции. Понятно, что фактура адаптивного слоя будет меняться вместе с изменением климатических условий. Но также, поскольку адаптивный слой имеет определенный диапазон выражения по всем параметрам (где-то весьма широкой, где-то довольно узкий), то на него будут влиять и другие факторы, например, может обнаруживаться внешнее влияние других культур (как культур других социальных групп в данном социуме, так и других национальных культур). А это уже социальная психология взаимодействия больших социальных групп [1, 3, 22, 24, 25]. Динамика этого процесса обусловлена скоростью социальных процессов взаимовлияния этих групп: в одних случаях наблюдается массовое участие в социальном движении (тогда процесс модификации адаптивного слоя происходит быстро и имеет широкий характер), в других только единичное (в этом случае он обычно затрагивает узкий социальный слой).

Аналогично функциональный слой, прежде всего, обусловлен видом деятельности или типом ситуации, а только потом другими причинами. Значит, и здесь социальная психология

следует за объективными факторами. При этом важнейшими из них являются, во-первых, развитие производства и вообще экономики, возникновение новых видов труда, и, во-вторых, появление других новых сфер деятельности, непроизводственных, например, досуговых. Поэтому в данном случае мода в одежде зачастую следует за модой на определенные профессии и занятия, здесь также, прежде всего, речь идет о массовых влияниях и массовой психологии, хотя каждый массовый процесс начинается с единичных случаев, а массовая психология проявляется как общность содержания индивидуальной психологии.

С символическим слоем одежды дело обстоит сложнее. Основная связь этого слоя прослеживается со структурой социума, чаще всего, экономической и политической, с совокупностью тех общественных укладов (но не только), которые характеризуют определенный социум. Сам по себе данный слой является своеобразным инвариантом группового менталитета: этот менталитет символически выражен в совокупности специфических особенностей одежды. В данном случае на первый план выходят процессы социальной идентификации и перцепции: индивид отождествляет себя с определенной социальной группой, это выражено в его одежде, другие индивиды узнают его по этой одежде, как принадлежащего к определенному социальному слою. Соответственно, этот слой также определенным образом регулирует взаимоотношения, вплоть до того что между индивидами принадлежащими полярным группам прямое взаимодействие становится невозможным, между другими оно носит определенный характер, санкционируемый социальными нормами и практиками. Но регуляционный слой проявляется не только через символический, но и через все другие, каждый раз демонстрируя типичные формы идентификации, перцепции, социальной нормированности, коммуникации и интеракции [6, 13, 18, 19, 24, 29, 36].

Индивидуальный слой одежды является по преимуществу сферой самовыражения и манифестации личностной идентичности. Как и прочие слои, он является «говорящим», а значит, определяет особенности социального взаимодействия, коммуникации, взаимного восприятия, специфических социальных практик общения. Индивидуальный слой выступает своеобразным маркером психологии личности во многих отношениях: возрастном, ментальном, эмоциональном, типажном, экономическом, социальном, региональном, этническом и других. Скажем, подростковая мода это социальный бунт; одежда и мода пожилых это в основном умеренность; стили спортивный, милитари, богемный, готический, рок, панк, хиппи это выражение определенного менталитета и идеологии. Стиль также определяется социальным, экономическим, региональным, этническим и другими статусами человека. Можно предположить, что за рядом стилей скрываются определенные типы личности [13, 17, 18, 36].

Мода вырастает из стилей как социальная акцентуация одного или нескольких из них. Причины такого рода акцентуации много: экономических, социальных, коммерческих, психологических, эстетических, даже технологических. На сегодня некоторые из закономерностей формирования моды прослежены, например, в форме временных волн, связи с господствующими идеологиями, социальными ценностями, экономическими процессами и укладами, увеличением свободного времени, фактором молодежной оппозиционности, возрастом и др. Стиль одежды может формироваться на основе любого слоя одежды – адаптивного, функционального, символического, регуляционного, индивидуального, но все же основным источником стиля является индивидуальный слой, поскольку любой другой слой проходит стадию индивидуализации, прежде чем станет основой стиля. В свою очередь, мода формируется на основе стиля путем его социальной экспансии, охвата более широких социальных групп, и в этих процессах психология масс является ведущим феноменом. Выражаясь метафорически: мода – это бесконечный ряд больших и малых волн, набегающих на берег современности.

Список литературы:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2003.
2. Антоненко И.В. Социальная психология доверия // Вестник университета (Государственный университет управления). 2009. № 18.
3. Антоненко И.В. Предмет социальной психологии // Вестник университета (Государственный университет управления). 2011. № 22.
4. Бар К. Политическая история брюк. М., 2013.
5. Блэкмен К. 100 лет моды. М., 2013.
6. Бруард К. История костюма в контексте культуры // Теория моды. 2006. Вып. 1.
7. Бузов Б.А., Румянцева Г.П. Материалы для одежды. М., 2010.
8. Васильев А. Этюды о моде и стиле. М., 2014.
9. Гирц-Мартенсен И. Взгляд в будущее – прогнозы в мире моды // Теория моды. 2012. Вып. 24.
10. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 1994.
11. Граната Ф. Исследования моды в промежуточный период: методологический case study и изучение состояния, в котором находятся исследования моды // Теория моды. 2014. Вып. 32.
12. Гумбрехт Х.У. Три загадки моды // Теория моды. 2006. Вып. 1.
13. Йенс Х. Облаченные в историю. Ретро и представления об аутентичности в контексте молодежной культуры // Теория моды. 2013–2014. Вып. 30.
14. Кабрин В.И. Нозтическая коммуникация: на пути к релевантному исследованию психологического опыта // Методология и история психологии. 2009. Вып. 3.
15. Карицкий И.Н. Структура субъекта психологической практики // Вестник НГУ. Серия: Психология. 2011. Вып. 1.
16. Карицкий И.Н. Понятие психологической практики // Вестник университета (Государственный университет управления). 2012. № 1.
17. Килошенко М.И. Психология моды. СПб., 2014.
18. Клепп И.Г., Сторм-Матисен А. Мода сквозь призму возраста // Теория моды. 2011. Вып. 20.
19. Крейк Дж. Культурная политика униформы // Теория моды. 2007. Вып. 5.
20. Куинн Б., Чалаян Х. Мода и технология // Теория моды. 2009. Вып. 11.
21. Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе. М., 2012.
22. Мазилов В.А. Методология современной отечественной психологии // Методология и история психологии. 2008. Вып. 3.
23. Молотова Т.Л. Марийский народный костюм. Йошкар-Ола, 1992.
24. Панферов В.Н. Методологические последствия изучения социальной перцепции // Методология и история психологии. 2009. Вып. 3.
25. Парыгин Б.Д. Социальная психология. СПб., 2003.
26. Петренко В.Ф. Парадигма конструктивизма в гуманитарных науках // Методология и история психологии. 2010. Вып. 3.
27. Радченко И.А. Основы конструирования и моделирования одежды. М., 2012.
28. Ретцель Б. Джентельмен. Путеводитель по стилю и моде для мужчин. Стильная книга о моде. М., 2013.
29. Руан К. Новое платье империи: история российской модной индустрии, 1700–1917. М., 2011.
30. Свендсен Л. Философия моды. М., 2012.
31. Силаева М.А. Технология одежды: в 2 ч. М., 2012.
32. Стивенсон Н. История моды в деталях. С XVIII века до наших дней. М., 2012.
33. Тейлор М. Культурный переход. Мода в контексте культурного диалога между коммерцией и искусством // Теория моды. 2014. Вып. 32.
34. Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. М., 2012.
35. Фулкс Ф. Как читать моду. Интенсивный курс по моде и стилю. М., 2011.
36. Щипакина А.А. Мода в СССР. Советский Кузнецкий, 14. М., 2009.
37. Энтуисл Дж. Мода и плоть: одежда как воплощенная телесная практика // Теория моды. 2007. Вып. 6.
38. Glenville T. New Icons of Fashion Illustration. L.: Laurence King Publishing Ltd, 2013.