

Семиотика моды и ее социокультурные функции.

Знаково-символическая природа постмодернистской моды является одним из наиболее значимых языков, репрезентирующих сущностные черты постмодернистской культуры в целом. Мода – прежде всего наглядный, визуализированный язык образов, имиджей и символов, обладающий многомерным информационным потенциалом.

Обычно мода рассматривается как явление, связанное с культурой, однако среди исследователей и теоретиков феномена моды не существует в настоящий момент единства относительно его объективной природы и правильно понятой выполняемой им социальной функции. В современном обществе, которое в результате виртуализации называют знаковым, множество социокультурных проблем связано с модой. Её влияние сказывается сегодня практически во всех областях социально-экономической и культурной жизни. Как социокультурный феномен, она заслуживает пристального философского и культурологического исследования, так как, определяя повседневное поведение людей и господствующую систему ценностей и стереотипов, мода всё более ориентируется на преодоление противоречий человеческого существования и их гармонизацию. Здесь необходимо отметить, что рассматривая её как феномен культуры, понятие *мода* в самом широком смысле означает существующее в определённый период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры. Под внешними формами культуры понимаются не только стиль жизни, одежда, поведение и т.д., но также и стереотипные формы поведения, мысли и т.п.

Современные исследователи выделяют три основных взгляда на моду:

"1) как совокупность форм культуры, характерных для определённого общества, класса или периода времени;

2) как особый тип культурных изменений и соответствующих им форм;

3) как фактор, вызывающий к жизни сами эти изменения и формы".¹

Несмотря на очевидную изменчивость, функционирование самой моды - процесс постоянный. Соответственно, в ней существует некоторая ценностная основа, создающая её самоидентичность и постоянство. Ценностная основа этого постоянства очень велика: обесценивание актуальных стандартов время от времени никак не уменьшает влияние моды на все стороны человеческой жизни. Эта основа из атрибутивных (или внутренних) ценностей, выделенных посредством идеализации, к которым относятся: современность, универсальность, демонстративность и игра. Структура же в целом состоит из трех ценностных уровней: "1) ценностный аспект стандартов и объектов; 2) уровень атрибутивных ("внутренних") ценностей; 3) уровень денотативных ("внешних") ценностей."²

Общепринято считать, что современная постиндустриальная культура, является ярко выраженной культурой массового потребления. Таким образом, *атрибутивность* моды в современной культуре проистекает из характера самой культуры, важными имманентными чертами которой являются: её массово-потребительская природа; плюрализм и динамизм; симулятивность.

Так называемая "страсть к моде" является ярким выражением симулятивного характера культуры позднего модерна и идущего ей на смену постмодерна. Современная мода – это постоянная симуляция, комбинаторика и перекодирование фрагментов

¹ Галитбарова М.Н. Прологомены к "теории искажения" / Культура как способ бытия человека в мире: Материалы III Всероссийской конференции, Томск 13-15 декабря 2001г. / Томск: Изд-во НТЛ, 2002. - 376 с. - С. 49-55

² Галитбарова М.Н. Прологомены к "теории искажения" / Культура как способ бытия человека в мире: Материалы III Всероссийской конференции, Томск 13-15 декабря 2001г. / Томск: Изд-во НТЛ, 2002. - 376 с. - С. 49-55

мертвых ныне форм, имевших место в прошлом. В культуре в целом такая же ситуация, поэтому можно сказать, что мода – это основание (основа) современной культуры, а современная культура – это и есть мода.

Её образно-символический язык, являясь языком визуальной коммуникации, всегда был одним из самых социально значимых языков и средств коммуникации. Если структура одежды может быть адекватна структурам форм окружающего мира, значит она есть язык и способна передавать информацию любого рода. В таком случае костюм справедливо рассматривать как вид коммуникации, так как цель символической системы костюма – передать информацию о его владельце окружающим.

Определение функций любого культурного феномена задают границы его исследования. Основные социокультурные функции моды обобщены и перечислены в работе Баранова Г.С. и Родионовой Д.Д. "Мода и гендер в эпоху постмодерна":

- "- утилитарно-практическая;
- демонстративная (как индикатор социального положения и престижа);
- как показатель эстетической ценности;
- как репрезентант социально-половой дифференциации;
- как знаково-символическая (коммуникативная) структура;
- как система симулякров и симуляции."³

³ Баранов Г.С., Родионова Д.Д. Мода и гендер в эпоху постмодерна. – Кемерово: Кемеровский гос. ун-т культуры и искусств, 2006. – С. 59.