**МОДА КАК ЭСТЕТИЧЕСКИЙ СПОСОБ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА**

**Даценко Виктория**

*Анотация*

*Формированию эстетической культуры принадлежит ведущая роль в социальном воспроизводстве человека.* *Жизнь человека и общества разнообразная и все ее процессы подчинены законам целесообразности и социализации.* *Основными тенденциями расширения содержания эстетической мотивации человека есть ценности, связанные с «самоактуализацией, саморазвитием личности».* *Среди эстетических способов социализации человека можно выделить моду.*

*Ключевые слова: мода, эстетика,социализация, ценность, культура.*

**FASHION AS AESTHETIC WAY OF SOCIALIZATION**

**Datsenko Viktoriia**

*Annotation*

*Value of esthetic development of the personality grows during transitional eras which demand from the person of creativity and spiritual forces. Before society and science there is a set of tasks, main among which - to bring up the creative person and to satisfy esthetic needs of people. Formation of esthetic culture possesses the leading role in social reproduction of the person.*

*The main value and the capital of modern society is the person who is able to find and acquire new knowledge and to make non-standard decisions. Thanks to relaxedness of the person in the judgments also the esthetic component in perception of cultural phenomena changes. Human activity has to be implemented as activity reasonable, conscious and purposeful. The person tries to create the own vital world. Human life and societies various and all its processes are subordinated to laws of expediency and socialization.*

*New esthetic needs of the personality and mechanisms of manifestation esthetic were created. Display of the esthetic is carried out in the form of an estimated image. The values connected with "self-updating, self-development of the personality" are the main tendencies of extension of the content of esthetic motivation of the person.*

*Valuable orientations define behavior of the person. The social environment forms valuable orientations and systems of values. Cultural value of object is connected with his individual person. And therefore the reality has to be considered always from special and individual. The reality connected with values forms the benefits. The culture is set of the benefits. Therefore also the philosophy has to begin with the cultural benefits to open in them values.*

*In social life of people - not only a nature product, but also the creator of culture. Neokantianstvo of Baden school made values the main philosophical category with which all philosophical picture of the world is removed. Norms and values become social factors when are carried out. They are an integral part of public life.*

*The personality is also a product of society, and creates herself from herself. The personality is the main subject of historical process. The subject has freedom in the esthetic relations within cultural life of the personality.*

*Matitsin A. says that characteristic feature of fast development of society is the need for novelty. All system of the sensual, emotional world of the person, is aestheticized. Esthetic is a regulator of practical activities of the person. The person through the esthetic shows the emotional and valuable attitude to the world.*

*The need for the analysis esthetic becomes essential. Special relevance is gained by social aspect of understanding esthetic.*

*B. Tolkott considers that it is impossible to join esthetic orientations simply, they should be created independently, to create in itself.*

*In the field of esthetic researches new problems - an imidzheologiya, the theory of communications, design, fashion entered. The esthetics acts as the theory of sensual self-affirmation of the person.*

*The highest manifestation of social activity is creativity and it is creatively possible to belong to all kinds of activity.It is possible to distinguish fashion from esthetic ways of socialization of the person.*

*The aspiration of the person to be allocated in crowd (the social status) and at the same time to remain in it (psychological aspect) is known long ago and, according to scientists, was and remains a driving force in development of fashion. In scientific literature this phenomenon is described as search of "individual style".*

*Fashion in the broadest sense of the word call existing during a certain period and the relation, conventional at this stage, to external forms of culture.*

*Fashion - a product cultural and symbolical. Our purpose - research of social nature of fashion.*

*The discourse about fashion got into various spheres of scientific thought and gained interdisciplinary character.*

*French tell "En vogue": the little fashionable is fashionable. It means fashion and the movement of waves. Take-off and falling of fashionable changes are plastically displayed in this word. Each fashionable cycle can be broken into phases: emergence of the original, model; recognition of their fashionable relevance in narrow circles; distribution of the cheap option adapted for interests of broad masses; glut; fading of interest or complete elimination of goods. Fashionable cycles of fashionable subjects happen different.*

*Novelty - a component of fashion which is highly appreciated. Changes and novelty is the two qualities characterizing fashion. The content of fashion constantly changes, but the fashion as a form remains invariable in the fashionable capitals of the world.*

*The fashion is a way of a demonstation of prosperity. Fashion modern. To be fashionable - means to correspond to this timepoint. Herbert Spencer considered that the main function of fashion consists in social control. The fashion represents a symbol of a social status and the status.*

*Joanna Finkelstein notes that fashion - the many-sided social and psychological mechanism which has no concrete origin. According to Aubree Kennon, the fashion is the integral component of social interaction of people. Disputes on, whether are fashion art or not, actual presently. But the fashion corresponds to those parameters which sociologists developed for art. As well as art, fashion has social character, a social basis and exists in a social context. It can't be interpreted out of a social context. The fashion stilizirut the person. The fashion as a cultural symbol becomes tangible in the course of personification. Magnificent lifestyle is associated with fashion.*

*The fashion is a powerful factor of formation of taste. It affects perception with us fine. The person, adapting to world around perceives fashion, but at the same time and by means of this fashion, seeks to differ from the people surrounding it. The person follows another and at the same time seeks to carry out in this form of following own self-stylization, the vision of himself. Today the fashion is a part of cultural globalization.*

*The fashion continuously develops and therefore for its requirements new materials are required. The fashion combines fibers and meanings, fabrics and symbols - all this exists together. Hipness for the consumer is an aspiration to new images and fashions.*

*The fashion as that will always be something transcendental. Identity is shown in a choice and a combination of separate fashionable components. It expresses all lifestyle of society, each person is compelled to obey it voluntary and with delight or is passive and thoughtless, the fashion keeps in leading strings and that and others. It became part of culture of everyday life and is an illustration of our life.*

*Key words:* *fashion, aesthetics, socialization, values, culture.*

В культуре нашего времени происходят огромные социально - эстетические изменения. Значение эстетического развития личности вырастает в переходные эпохи, которые требуют от человека творчества и духовных сил. Перед обществом и наукой возникает множество задач, главными среди которых - воспитать творческую личность и удовлетворить эстетические потребности людей. Эстетическая культура личности - это единство эстетических убеждений, знаний, чувств, навыков и норм поведения. На ее развитие влияют социальные, демографические, социально - психологические и другие факторы. Формированию эстетической культуры принадлежит ведущая роль в социальном воспроизводстве человека.

Основной ценностью и капиталом современного общества является человек, который умеет находить и усваивать новые знания и принимать нестандартные решения. Благодаря раскованности человека в своих суждениях меняется и эстетическая составляющая в восприятии культурных феноменов. Человеческая деятельность должна реализовываться как деятельность разумная, сознательная и целенаправленная.

Л.И.Юрченко считает, что яркая индивидуальность - черта, ранее присущая только избранным, станет основой новой личности, которая в состоянии преодолевать социальные, психологические, цивилизационные преграды. Человек пытается творить свой ​​собственный жизненный мир.

Жизнь человека и общества разнообразная и все ее процессы подчинены законам целесообразности и социализации.

Сформировались новые эстетические потребности личности и механизмы проявления эстетического. Отображение эстетического осуществляется в виде оценочного образа. Основными тенденциями расширения содержания эстетической мотивации человека есть ценности, связанные с «самоактуализацией, саморазвитием личности». Ценностные ориентации определяют поведение человека. Социальная среда формирует ценностные ориентации и системы ценностей. У людей возникает потребность ориентироваться в общественных условиях бытия и осмысливать опосредованность их жизнедеятельности социальными условиями. [Lugutsenko T.V.]

Культура - то, что создано людьми или выпестованно ими ради воплощенных признанных ценностей. [Rikkert, 1998, p.55] Культурная ценность объекта, таким образом, связана с его индивидуальным лицом. И поэтому действительность, с точки зрения его отношения к культурным ценностям, должна всегда рассматриваться со стороны особенного и индивидуального. [Rikkert, 1998, p.89-90]. Но ценности связаны с действительностью. Только ценности и их отношение к действительности является настоящим предметом философии. Действительность, будучи связана с ценностями, образует блага. Культура является совокупностью благ. Поэтому и философия должна начинать с культурных благ, чтобы открыть в них ценности.

В социальной жизни человек - не только продукт природы, но и творец культуры. Философия же и определяет нормы и ценности, которые реализует самостоятельно в своей области исследований каждая конкретная социальная наука.

Неокантианство Баденской школы сделало ценности основной философской категорией, с которой выводится вся философская картина мира.

Нормы и ценности становятся социальными факторами, когда осуществляются. Они являются неотъемлемой частью общественной жизни.

Личность является и продуктом общества, и творит себя с самой себя. Личность является основным субъектом исторического процесса.

А.В.Кулешов отмечает, что ценности всегда ориентированы на реальность. Ценности образуют идеальный предмет чувственных актов человека, их объективное содержание. Ценность предметная, а не субъектная. Ценность должна обладать определенной степени сопротивляемостью, сопротивляться волению человека, противостоять человеку и овладевать человеком. А это значит, что ценность должна приходить к человеку извне. [ Kuleshov, 8].

Эстетический вкус проявляется в отношении к искусству. Эстетический идеал и совершенство являются главными формами существования эстетического. Субъект имеет свободу в эстетических отношениях в рамках культурного бытия личности.

Эстетическое постижение предметов происходит из-за цвета, их формы, величины. Матицин А. говорит, что характерной чертой быстрого развития общества является потребность в новизне. Получая эстетическое удовольствие от культурных феноменов мы наполняем свою жизнь эмоциями, без которых оно невозможно. Вся система чувственного, эмоционального мира человека, эстетизирована. Эстетическое - это регулятор практической деятельности человека. Человек через эстетическое показывает эмоционально-ценностное отношение к миру. Потребность в анализе эстетического становится насущной. Особую актуальность приобретает социальный аспект понимания эстетического.

Б.Толкотт считает, что к эстетическим ориентациям невозможно просто присоединиться, их надо создать самостоятельно, создать в себе.

Эстетика расширила границы своих исследований и значение приобретают исследования ценностно- выразительного образа повседневного мира. В поле эстетических исследований вошли новые проблемы - имиджеология, теория коммуникаций, дизайн, мода. Эстетика выступает как теория чувственного самоутверждения человека. [Stetsenko, 2013, p.60]. Переосмысливается содержание традиционного понятийно-категориального аппарата эстетики в соответствии с требованиями современности. [Stetsenko, 2013, p.61].

Человек - активно действующее лицо, способное изменять окружающую среду. Высшим проявлением социальной активности является творчество и творчески можно относиться ко всем видам деятельности.

Объективная необходимость социализации вытекает из сущности самого человека в условиях его общественной жизни. Большинство современных ученых определяют понятие "социализация " как двусторонний процесс усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду и систему социальных связей. Сущность человека определяется совокупностью общественных отношений, в которых происходит становление его как личности. Среди эстетических способов социализации человека можно выделить моду.

Стремление человека выделяться в толпе (социальный статус) и одновременно оставаться в нем (психологический аспект) известно давно и, как утверждают ученые, было и остается движущей силой в развитии моды. В научной литературе это явление описывается как поиск «индивидуального стиля». Среди украинских ученых, интересовавшихся вопросами моды можно выделить Л.П.Дихнич , М.Т.Мельник , Л.П Ткаченко.

Общественная природа моды, ее нормы и ценности - традиционная проблематика российских философов и социологов А.Б.Гофмана, М.М.Топалова, З.Б.Елькина. [ Kiloshenko, 2006,p.53] .

Ж. Ж. Руссо, Г Зиммель, В.Зомбатр рассматривали моду в качестве регулятора социальных нужд. [Kiloshenko, 2006,p.162 ] .

Семиотическим анализом моды занимались Р. Барт, Ю.М.Лотман.

Модой в самом широком смысле слова называют существующее в определенный период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры. Но при употреблении слова мода, под которым всегда подразумевают постоянное и с позиций разума невсегда объясняемое стремление к изменению всех форм проявления культуры, обычно имеют в виду одежду. [Illustrated Encyclopedia of Fashion, 1966, p.11].

Мода - продукт культурный и символический. Перед тем, как попасть под категорию моды, предметы одежды должны пройти процесс трансформации. Наша цель - исследование социального характера моды. Вещи, которые люди носят имеют значимость и значение .

Дискурс о моде проник в различные сферы научной мысли и приобрел междисциплинарный характер.

Французы говорят « En vogue »: есть несколько модное в моде. Это означает моду и движение волн. Взлет и падение модных изменений пластически отображаются в этом слове. Каждый модный цикл можно разбить на фазы: возникновение оригинала, модели; признание их модной актуальности в узких кругах; распространение приспособленного к интересам широких масс дешевого варианта; перенасыщение; угасание интереса или полное исключение товара. Модные циклы модных предметов бывают разными. Причиной этому может быть сезонность, обусловленная фазами весна-лето и осень-зима. Такая сезонность является признаком процесса развития моды. Но некоторые модные новинки, после того, как их признали широкие массы потребителей, переходят в категорию стандарта. [Illustrated Encyclopedia of Fashion, 1966, p.19 ]

Новизна - составляющая моды, которая высоко ценится. Изменения и новизна - это два качества, характеризующие моду. Содержание моды постоянно меняется, но мода как форма остается неизменной в модных столицах мира. [Kavamura, 2009, p.20]. Агата Брукс Янг считает, что изменения в моде происходят циклически и независимо от исторических событий , философских идей , господствующих в настоящее время , идеалов и эпох в развитии искусства.

Мода - это способ демонстации достатка. Мода современная. Быть модным - значит соответствовать данному моменту времени. Герберт Спенсер считал, что главная функция моды заключается в социальном контроле. Мода представляет собой символ социального положения и статуса. Для Спенсера значимым является не сама одежда, которую носит человек, а его положение в обществе позволяет сделать одежду модной.

Джоанна Финкельштейн отмечает, что мода - многогранный социальный и психологический механизм, который не имеет конкретного происхождения. Если одежда - явление универсальное, то мода - не так универсальна. Считается, что социальное значение мода, по определению, приобретает только в обществах с четкой классовой структурой. По мнению Обри Кэннон, мода - это неотъемлемый компонент социального взаимодействия людей.

Споры о том, есть ли мода искусством или нет, актуальные в наше время. Но мода соответствует тем параметрам, которые социологи выработали для искусства. Как и искусство, мода имеет социальный характер, социальную основу и существует в социальном контексте. Ее нельзя толковать вне социального контекста. [Kavamura, 2009, p.56]. Мода стилизирует человека.

Для распространения моде нужны гласность и идеалы для подражания. Культура моды поддерживается постоянным производством моды. Нужно понимать, что этот процесс отличается от производства одежды, потому что одежда не становится автоматически модой. Одежда - это результат материально производства, а мода - символического . Одежда - ощутима, а мода - нет. Одежда - это предмет первой необходимости, а мода - избыток. Мода служит для определения статуса человека.

Мода как культурный символ становится осязаемою в процессе персонификации. С модой ассоциируется роскошный стиль жизни. В современном мире моды существует не один уровень дизайна.

Мода - это весомый фактор формирования вкуса. Она действует на восприятие нами прекрасного. Мода и одежда выступают в качестве средств коммуникации и репрезентации общих установок образа жизни. [Kavamura, 2009, p.118 ]

Мода - это нематериальное измерение современной культуры, которое вызывает у людей постоянную потребность в изменениях. Ее можно использовать в качестве концептуального инструмента для объяснения природы символической деятельности. Этот вопрос более широко будет рассматриваться в наших дальнейших трудах. Объект является модным до тех пор, пока он способен символизировать даное.

Человек, приспосабливаясь к окружающему миру воспринимает моду, но вместе с тем и с помощью именно этой моды, стремится отличаться от окружающих ее людей. Человек следует другим и в то же время стремится в этой форме следования осуществить собственную самостилизацию, свое видение самого себя. [Illustrated Encyclopedia of Fashion, 1966, p.12]

Сегодня мода - это часть культурной глобализации.

Привлекательность и очарование становятся обязанностью и правилом канонов моды.

Мода непрерывно развивается и поэтому для ее требований требуются новые материалы. Мода комбинирует волокна и смыслы, ткани и символы - все это существует вместе.

Современный потребитель уходит в поиск модных вещей и тем более, если эти вещи связаны с неповторимой индивидуальностью. Законодатели моды стремятся к целостности и подлинности, эксклюзивности, имеющих культурную составляющую. Потребители подчиняются действию определенного социокультурной среды. На выбор клиента влияет ряд факторов, среди которых культурные идеалы и ценности, социальные стремления и запреты. Функциональность - необходимый атрибут моды. Модность для потребителя - это стремление к новым образам и моды.

Мода как таковая всегда будет чем-то трансцендентальным. [ Geil, 2009, p.208] Индивидуальность проявляется в выборе и комбинации отдельных модных компонентов. Мода в целом стремится к молодому и свежему впечатлению: она хочет омолаживать. Она выражает весь стиль жизни общества, каждый человек вынужден повиноваться ей добровольно и с восторгом или пассивно и бездумно, мода держит на поводу и тех и других. Она стала частью культуры повседневной жизни и является иллюстрацией нашей жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гейл К. Мода и текстиль: рождение нових тенденций / Колин Гейл, Ясбир Каур; перевел с англ. Т.О.Ежов; научн ред.. Т.В.Кулахмертова. – Минск: Гревцов Паблишер, 2009. -240с.
2. Иллюстированная энциклопедия моды. Перевод на русский язык И.М. Ильинской и А.А. Лосевой. Издательство Артия. Прага, 1966.- 608с.
3. Кавамура Ю., Теория и практика создания моды / Юнийя Кавамура; перевела с англ. А.Н.Поплавская; науч. ред. А.В.Лебсак-Клейманс. - Минск: Гревцов Паблишер, 2009. -192с.
4. Килошенко М.И. Психология моды : Учеб. пособие для вузов / М.И.Килошенко. – 2-е узд., испр. – М.: Издательство Оникс, 2006. – 320с. : ил.
5. Кулешов А.В. Теоретические предпосылки современной аксиологии [Електронный ресурс] / О.В.Кулешов. – Режим доступа :

<http://eprints.cdu.edu.ua/292/1/N154p126-134.pdf>

1. Риккерт Г. Границы естественнонаучного образования понятий / Генрих Риккерт. – СПб.: Наука, 1997. –532 с.
2. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре / Генрих Риккерт. – М.: Республика, 1998. – 413 с.
3. Стеценко Л.Л. // Современная украинская эстетика: к определению тенденцій развития // Гуманитарный часопыс №2, 2013. С. 55-62.
4. Социология вещей [Електронний ресурс] : сборник статей / под ред. В. Вахштайна. - М. : Территория будущего, 2006. - 392 с. - (Серия "Универсальная библиотека Александра Погорельского")
5. Шелякина А.В. // Місце естетики у системі міжпредметних зв’язків: естетика і художня діяльність// – Режим доступа : http://intkonf.org/shelyakina-av-mistse-estetiki-u-sistemi-mizhpredmetnih-zvyazkiv-estetika-y-hudozhnya-diyalnist-2/

REFERENCES:

1. Gejl K. *Moda i tekstil': rozhdenie novih tendencij* (Fashion and Textiles: Birth of new trends) – Minsk: Grevcov Pablisher, 2009. -240s.

2. *Illjustirovannaja jenciklopedija mody* (The Illustrated Encyclopedia of Fashion) - Izdatel'stvo Artija. Praga, 1966.- 608s.

3. Kavamura Ju., *Teorija i praktika sozdanija mody* (Theory and practice of creating fashion) - Minsk: Grevcov Pablisher, 2009. -192s.

4. Kiloshenko M.I. *Psihologija mody* : Ucheb. posobie dlja vuzov (Psychology fashion)– 2-e uzd., ispr. – M.: Izdatel'stvo Oniks, 2006. – 320s. : il.

5. Kuleshov A.V. *Teoreticheskie predposylki sovremennoj aksiologii* [Elektronnyj resurs] (Theoretical background of modern axiology) – Rezhim dostupa :

http://eprints.cdu.edu.ua/292/1/N154p126-134.pdf

6. Rikkert G. *Granicy estestvennonauchnogo obrazovanija ponjatij* (The boundaries of the concepts of science education) – SPb.: Nauka, 1997. –532 s.

7. Rikkert G. *Nauki o prirode i nauki o kul'ture* (The science of nature and cultural sciences) – M.: Respublika, 1998. – 413 s.

8. Stecenko L.L. *Gumanitarnyj chasopys* (Humanities magazine)№2, 2013. S. 55-62.

9. *Sociologija veshhej* (sociology things) [Elektronnij resurs] : sbornik statej / pod red. V. Vahshtajna. - M. : Territorija budushhego, 2006. - 392 s.

10. Sheljakina A.V. // *Mіsce estetiki u sistemі mіzhpredmetnih zv’jazkіv: estetika і hudozhnja dіjal'nіst'* (Place aesthetics interdisciplinary connections in the system : aesthetics and artistic activity)– Rezhim dostupa : http://intkonf.org/shelyakina-av-mistse-estetiki-u-sistemi-mizhpredmetnih-zvyazkiv-estetika-y-hudozhnya-diyalnist-2/