

МОДА ЯК МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ

Калита М., студ. гр. ЖТс-22

Мода так чи інакше стосується всіх сфер суспільного життя. Тому що мода не обмежується лише одягом або дизайном інтер'єру. Модними можуть називати нові віяння, наприклад, у медицині чи мистецтві. Не обмежується мода віковими категоріями чи сферою зайнятості. Адже за новими тенденціями слідкують різні люди. Та все ж зазначимо, що найбільш зацікавлені у моді працівники сфери культури і мистецтва (живопис, кіно, театр, вокал, хореографія), а також політики і бізнесмени, так як представники цих професій постійно перебувають у центрі уваги і прагнуть виглядати вишукано і елегантно. У той же час саме представники творчої і політичної еліти виступають як законодавці модних тенденцій для широкого загалу. Таким чином мода виступає як механізм формування суспільних настроїв і масової свідомості і це питання знаходить відображення у працях дослідників таких, як Д. Ольшанський, Ю. Лотман, Р. Бартон, М. Кілошенко, Г. Зіммель та ін.

Метою нашої роботи є вивчення впливу моди на формування масових настроїв.

Об'єкт дослідження – чоловіки та жінки віком від 18 до 30 років.

Предмет дослідження – ставлення чоловіків і жінок до моди.

Для реалізації нашої мети, необхідно з'ясувати, що ж означає слово «мода». Тлумачний словник української мови подає чотири значення слова «мода», ми процитуємо те, яке є найбільш доречним, враховуючи ті аспекти, які розглядаються у роботі. Отже, мода – це недовготривале панування в суспільстві певних смаків, що виявляються у зовнішніх формах побуту, особливо в одязі [1].

Зазначимо, що історія моди налічує не одне століття. І прийшла до нас ще з античних часів. Фактично, уявлення людей про те, як потрібно одягатися і можна назвати модою. І ці уявлення постійно змінювалися. Важко знайти у світі щось менш тривале, ніж мода. Адже раніше вона залежала більше від моральних устоїв, а сьогодні від того, що диктують модні будинки світу. Отже, мода – це поняття багатоаспектне. Так як за одягом у різні часи можна було визначити чи заможною є людина, який її соціальний статус, які вона має життєві цінності і настільки людина естетично вихована.

Сьогодні мода є певним засобом самовираження, особливо це твердження поширюється на молодь, яка схильна цікавитися останніми тенденціями і «приміряти» на себе нові експерименти модельєрів. Саме у цьому випадку і виявляється суперечливий характер моди: кожен хоче бути індивідуальністю, але в той же час женеться за модою, щоб не відрізняться від представників свого соціального кола.

Ми провели опитування, у якому взяла участь молодь. Це люди віком від 18 до 30 років. Саме ця категорія населення найбільше схильна до модних експериментів. Ми поставили молодим людям два питання і на кожне із цих питань запропонували три варіанти відповіді:

- 1) Чи цікавитесь ви модою?
 - а) так, часто гортаю сторінки модних журналів, переглядаю передачі;
 - б) ні, це не варте того;
 - в) час від часу звертаю увагу на модні тенденції.
- 2) Чи впливають модні тенденції на формування вашого стилю?
 - а) так, абсолютно впливає;
 - б) ні, сам(а) визначаю свій стиль;
 - в) запозичую деякі ідеї.

Результати опитування виявилися наступними. 54% жінок відповіли, що часто цікавляться модою (а), 37% - лише час від часу звертають увагу на модні тенденції (в), 9% опитаних відповіло, що взагалі не цікавляться модою (б). У свою чергу 82% чоловіків стверджують, що не звертають увагу на моду (б), 12% відповіли, що цікавляться модою іноді (в), 6% респондентів часто цікавляться модними тенденціями. Такі дані показують, що більшість жінок все ж цікавиться модою, при цьому чоловіки висловили свою байдужість до світових тенденцій у одязі.

На питання щодо впливу моди на формування власних смаків респонденти відповіли наступним чином. 61% жінок стверджують, що модні тенденції час від часу впливають на їхній стиль (в), 23% - переконані в абсолютному впливі моди на формування смаків (а), а 16% - вважає, що мода не має жодного впливу на їхній стиль (б). При цьому 88% чоловіків відповіли, що мода не впливає на їхні смаки (б), 8% стверджують, що запозичують деякі модні деталі (в), 4% респондентів погоджуються із впливом моди на їхній стиль.

Таким чином отримані результати дають підстави для наступних висновків. Чоловіча аудиторія не цікавиться модою, при цьому серед них

є й такі, що звертають увагу на модні тенденції хоча б зрідка. У той же час жінки, більшість яких все ж активно цікавиться модою, стверджують, що лише іноді запозичують ідеї для формування власного стилю.

Отже, як бачимо, модні тенденції викликають інтерес не тільки у жінок, а й у чоловіків. Хоча останні не ставляться до моди більш байдуже, ніж жіноча аудиторія. Так як вважають цю справу «не чоловічою» і марною.

Наук. кер. – Сахно П. І., *ст. викл.*

Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів факультету іноземної філології та соціальних комунікацій, м. Суми, 19-20 квітня 2013 р. / Відп. за вип. В.В. Опанасюк. — Суми : СумДУ, 2013. — Ч.3. — С. 72-74.