



УДК 159.03: 391

ВПЛИВ МОДИ НА ПСИХОЛОГІЮ МАС

Студ. О.М. Мороко, гр.МгШК1-15

Наук. керівник доц. Р.В. Кириченко

Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасних умовах потреби особистості у забезпеченні безпеки, соціальних контактах у повній мірі задоволені. Відповідно росте прагнення до самореалізації, тому схильність до індивідуалізації і бажання слідувати за модою конфліктно зіштовхнулися. Прагнення наслідувати модним тенденціям може бути використано в позитивних цілях, наприклад, при формуванні моди на здоровий спосіб життя, що іноді робиться на протигагу здебільшого деструктивною, загрозливою психічному здоров'ю і благополуччю, але вигідною в комерційному плані законодавцям моди. Наприклад, це мода на схуднення, на засмагу, що не найкращим чином відображається на організмі людини, мода на екстремальні види спорту, які спричиняють травми і таке інше.

Про давнє існування моди в історії людської культури свідчать джерела, що дійшли до нас, і датуються ще другим тисячоліттям до н. е. Вони показують, що мода як масове психічне явище побутувала ще в Давньому Єгипті. Далі її існування простежується в епоху Античності, Середньовіччя, Відродження, Нового Часу і аж до сучасності. Факт давнішого існування моди та її розповсюдження майже у всіх країнах світу свідчить про те, що мода як масове явище психіки виконувала і наразі продовжує виконувати істотні соціальні функції.

В той же час мода впливає на психологію мас ще й вторинно. Вона створює, свого роду, масу на основі зовнішньої схожості подібно одягнугих, мислячих і розмовляючих людей і за рахунок цього виникає вторинний емоційний зв'язок між ними. При чому фактично для такого зв'язку немає ніякої емоційної основи. Спільність створюється, як би, віртуально на відстані, а в дійсності підкріплюється лише зовнішньою подобою людей, що опиняються разом, коли, ніби то, випадково вони, виявляється, подібні зовнішнім виглядом. Це не натовп, а, швидше за все, «незібрана публіка» із аудиторії читачів модних журналів, яка може стати натовпом і діяти за його законами на основі не внутрішньої, а зовнішньої єдності, опиняючись разом. Тоді, перетворюючись в контактну спільність, він і виявляє свою, вже тепер повторно масову природу. Справедливо помічено: людина, яка одягнена у такому ж стилі як і ми, зазвичай одразу стає нам емоційно ближче і зрозуміліше. Вже тільки те, що їй подобаються такі ж речі, що і нам, створює ілюзію, начебто ми і мислимо і сприймаємо світ однаково. Більш того: і поводити себе, подібно одягнуті, ми маємо подібно.

Мода проявляється і ще в одному сенсі подвійним феноменом. З однієї сторони, це прямий феномен психології мас. З другої сторони, це деяка умова формування маси і розвитку масової психології. Зовнішня подібність одразу ж породжує і пробуджує те саме відчуття «ми», котре полягає в основі маси. «Ми» - наприклад, з червоними зірками в зеленій формі. Відповідно «вони» - з чорними хрестами в сірій формі. «Ми» - захисники, «вони» - агресори. «Ми» - безумовно, хороші, «вони» - беззаперечно, погані. Той, хто одягнений в «нашу» форму, безумовно «свій». Одягнений в «чужу» форму завжди ворог.

Насправді, феномен моди є дуже суперечливим явищем. Її можна направляти і використовувати для покращення відносин, як між індивідами, так і між групами людей, поліпшення масового настрою, полегшення спілкування людей, попередження та усунення міжособистісних конфліктів і т.д. Але в той же час, це і ще один спосіб підкорення і управління масовою свідомістю, а також відволікання від більш актуальних, а то і глобальних проблем.