

3. Почепцов Г.Г. Контроль над розумом. – К. : Видавничий дім “Києво–Могилянська академія”, 2012. – 350 с.

4. Носов Н.А. Виртуальная психология / Н.А. Носов. – М. : Арграф, 2000.

5. Кант И. Критика чистого разума [перевод с нем. Н.О. Лосского]. – СПб: Тайм–Аут, 1993.

References

1. Okinavskaja Hartija global'nogo informacionnogo obshhestva // iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html

2. Shyrokosmugovyj dostup do merezhi Internet jak vazhlyva peredumova innovacijnogo rozvytku Ukrainy: analit. dop. / D.V. Dubov, M.A. Ozhevan. – K. : NISD, 2013. – 108 s.

3. Pochepcov G.G. Kontrol' nad rozumom. – K. : Vydavnychij dim “Kyjevo–Mogyljans'ka akademija”, 2012. – 350 s.

4. Nosov N.A. Virtual'naja psihologija / N.A. Nosov. – M. : Argraf, 2000.

5. Kant I. Kritika chistogo razuma [perevod s nem. N.O. Losskogo]. – SPb: Tajm–Aut, 1993.

Voronkova V.G., Doctor of Philosophy, Professor, Head of Department of Management of Organizations Zaporozhye State Engineering Academy (Ukraine, Zaporozhye), valentina-voronkova@yandex.ua

Formation of information culture of personality as a condition for successful human adaptation to life in the information society

The article covers the main path of the information society, which takes place in the context of personal information culture, which is the prerequisite for successful adaptation to this type of society. Main problems of personality dynamics in the space of virtual communication society. Revealed conditions for successful adaptation to the information society.

Keywords: information society, virtual-space communications, information identity, adaptation, information culture.

Воронкова В.Г., доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента организации, Запорожская государственная инженерная академия (Украина, Запорожье), valentina-voronkova@yandex.ua

Формирование информационной культуры личности как условие успешной адаптации человека к жизни в информационном обществе

Раскрыты основные пути становления информационного общества, в контексте которого происходит формирование информационной культуры личности, которая есть условием успешной адаптации человека к данному виду социума. Проанализированы основные проблемы динамики личности в пространстве виртуально-коммуникационного общества. Проанализированы условия успешной адаптации человека к информационному обществу.

Ключевые слова: информационное общество, виртуально-коммуникационное пространство, информационная личность, адаптация, информационная культура.

* * *

УДК 316:13+130.2

Антіпова О. П.

кандидат філософських наук, науковий співробітник групи підготовки науково-методичних видань редакційно-видавничого центру, Національна академія внутрішніх справ (Україна, Київ), Antipova_Olga07@mail.ru

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В СУБКУЛЬТУРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕРИ

Дослідження проведено з метою аналізу особливостей комунікації в субкультурі інформаційної ери. На основі соціокультурного підходу доведено, що комунікативний простір інформаційної доби є універсальною семіотичною матрицею, яка надає широкі можливості для формування специфічної мовної поведінки субкультурних осередків, вироблення ними своєрідного унікального соціокоду. У результаті дослідження виокремлено чинники трансформації сучасного комунікативного простору в площині субкультурних соціальних груп, серед яких: специфіка комунікативних потреб і мотивація соціокультурної діяльності, інтенсивність долучення до процесу інфообміну, швидкість протікання лінгвокультурних змін, зокрема змішування різних стилів мовлення. Виявлено тенденцію до зміцнення комунікативного інтересу сучасників у бік комп'ютерної комунікації, прагнення до “стирання” чіткої межі між субкультурним мовним пластом та унормованим мовленням.

Ключові слова: інформаційна ера, комунікація, соціальні групи, субкультура, мова, мовлення.

Динамічні зміни соціокультурного простору, привнесені інформаційною ерою, логічно передбачають трансформацію комунікативного середовища соціальних спільнот, у тому числі субкультурних. Йдеться про зміну існуючих і появу нових соціальних груп, а також активний пошук ними адекватних засобів самовираження.

В умовах інформаційної ери на зміну усталеним прийшли нові субкультурні соціальні групи, властиві суто зазначеній епісі (геймери, хакери, блогери, кіберпанки, падонки, та ін.). Їх поява продиктована процесами тотальної інформатизації, комп'ютеризації як основними детермінантами Інтернет-культури, адже мережевий простір наділив сучасників багатим інструментарієм і можливістю виразити себе в глобальному інформаційному просторі. Саме тому на сьогодні їх розмаїття складає враження “субкультурного вибуху” (А.Тюффлер). У свою чергу, інформаційна доба постає універсальною семіотичною матрицею, яка надає широкі можливості для формування специфічної мовної поведінки субкультурних осередків, вироблення ними своєрідного унікального соціокоду.

Означені суспільні процеси потребують нагального осмислення та віднайдення найбільш оптимальних шляхів адаптації до нових лінгвокультурних умов, вироблення інформаційної культури комуніканта, запобігання “розмиванню” меж унормованості природної мови за рахунок “тиску” комп'ютерної жаргонізації, що все активніше підміняє літературну мову, проникаючи в мас мас-медіа та інші засоби поширення масової інформації, чим і підтверджується **актуальність** тематики дослідження.

Окремим аспектам функціонування культури інформаційної ери, зокрема комунікативного середовища інформаційної доби, використання інформаційно-комунікаційних технологій, присвятили дослідження такі автори, як М.Кастельс, О.Леонтович, М.Мак-Люен, С.Михайлов, В.Монтвілов, В.Розін, М.Розов, Г.Трофимова та ін.; питанням інформатизації як чинника функціонування комунікативного простору – І.Алексєєва, А.Гладкий, Б.Городецький, В.Звєгінцев, В.Зінченко, П.Рєвко, Б.Якушин та ін.; соціокультурним характеристикам інфообміну – А.Гжегорчик, Ж.Деріда, К.Жоль, Ю.Кристєва, Н.Луман, П.Рікер, Р.Рорті, Е.Сепір, М.Хайдегер, Ю.Хабермас та ін. Численні теоретичні напрацювання сучасних науковців дали змогу значно наблизитися до розуміння сутності комунікації в сучасних культурних умовах, проте кожна з концепцій, перетинаючись, лише фрагментарно репрезентує якийсь із аспектів досліджуваного предмета. Аналіз таких джерел дозволяє віднести до широкого спектру проблем, які поки ще залишилися поза увагою вчених, й питання щодо комунікативних процесів субкультурного середовища в інформаційній ері.

З огляду на вищезазначене, **метою** статті є аналіз особливостей комунікації в субкультурі інформаційної ери.

Як суто технічні, так і духовно-культурні процеси інформаційної ери тісно пов'язані з циркуляцією інформаційних потоків, що призводить до виникнення нових типів комунікацій. Такі зміни можна прослідкувати не лише в динаміці зазначених процесів. Не менш важливим тлом, на якому розгортаються

зазначені зміни, є статичне, на перший погляд, функціонування мови в різних соціальних практиках. При цьому чільне місце відводиться різноманітним соціальним групам, взаємодія членів яких неминуче призводить до кореляції різних мовних пластів.

Аналізуючи комунікативне середовище субкультур, слід ураховувати, що в процесі комунікації, зокрема в сфері соціально орієнтованого спілкування, мова як засіб комунікації підлягає певного роду соціально-культурному варіюванню, де щоразу враховується картина світу в своєрідному баченні індивідуума. Адже, як стверджує Є. Міллер, мова загалом об'єктивно відображає реальний світ, хоча це відображення є й опосередкованим: об'єктивний світ відображається в свідомості; думка переробляє отриману інформацію; мовлення приблизно відображає зміст думки; відбувається також "вторинне" (зворотне) відображення об'єктивного світу у спрямуванні "мова – свідомість" [7, с. 79]. Крім цього, мова є одним із основних способів фрагментації мінливого навколишнього світу, виявом ставлення людини до нього, своєрідним соціокодом, що регулює її життєдіяльність.

Будучи соціокультурним явищем, мова відображає і соціальну диференціацію суспільства, що не може бути абсолютно однорідним із різних об'єктивних причин. Досягнення комунікативно-адекватної мовної поведінки потребує врахування соціальної диференціації мови, сфери її використання, що є відображенням соціальної диференціації, де кожна мовна група розробляє специфічну мовну поведінку або мовний варіант, специфічний для даної групи.

З огляду на зазначене, нам цілком імпонує позиція М. Петрова, на думку якого така диференціація прямо залежить від діяльнісних характеристик соціальної групи: "Усі види соціальності використовують ... мову на правах засобу спілкування, тобто перекладу знання з поведінкової в знакову, усвідомлену форму. Мова функціонує як діяльність (мовлення) за універсальними для даної мовленнєвої спільноти правилами, що утворюють разом із загальнозначимим словником репродуктивний, універсальний каркас мовленнєвої діяльності" [8, с. 196].

Про специфічні стереотипи мовленнєвої поведінки членів субкультурних соціальних груп свідчить феномен жаргонізації. Жаргон часто ототожнюють зі сленгом, соціолектом, і визначають як: різновид мовлення, що використовується переважно в усному спілкуванні окремої відносно стійкої соціальної групи, що об'єднує людей за ознакою приналежності до того чи іншого роду соціальної діяльності [10, с. 151]; форму мовленнєвої поведінки, що інколи хоча й несуттєво, але завжди демонстративно відрізняється від загальноприйнятих і є при цьому нормою для даної групи [9, с. 14]. А. Айєр взагалі називає жаргон "індивідуальною мовою", адже вона пристосована для спілкування обмеженої кількості людей із метою залишатися незрозумілою тим, хто знаходиться поза цією групою [1, с. 221].

В основі такого мовного феномену – потреба підкреслити особливий статус соціальної групи. Із невичерпного лексичного багатства обирається та активно використовується чисельно незначний набір лексичних засобів, які своєю повсякчасною практичною "здіяльністю" значно полегшують процес спілкування в

конкретній групі. Така лексика є переважно маркованою (позитивно чи негативно), набуває своєрідного статусу – вживається як шифр, як мова для "посвячених", "своїх"; це потрібно для збереження своєї "окремості" (реальної чи надуманої), майже кастовості, оскільки оточення сприймається як вороже: у ньому прихована небезпека, яку треба розпізнати і знешкодити [3, с. 70]. Характерною рисою для всіх наведених тлумачень жаргону є підкреслення певної відокремленості, локалізованості мовленнєвих характеристик соціальних груп як запоруки спільної діяльності. На нашу думку, жаргон можна вважати певним способом концептуалізації спільнотою дійсності в процесі соціокультурної діяльності.

Яскравим прикладом негативно маркованої лексики представників субкультур, що активно поширюється Інтернетом, є так звана албанська мова, або жаргон "падонкафф", на якому сьогодні зростають цілі покоління. Особливості стилю тут полягають у навмисному порушенні лінгвістичних норм (наприклад, рос. кро-сафчег, дафай, аффтар, жывотнае). Таке явище – не результат низької освіченості, а своєрідна демонстрація повної свободи, хизування фальшивою можливістю виділитись із маси посередництвом мови. Таке відхилення від більшості нормативних правил є ніби "насмішкою" над прагненням до чіткої унормованості мови попередніх епох. Цей феномен перестає бути суто мережевим, на сьогодні жаргон "падонкафф" поступово переходить з віртуального життя в реальне. Усе частіше його можна зустріти в рекламі, на вітринах магазинів та ін.

На основі природної мови члени таких соціальних груп творять власний соціокод, наділяючи "автентичні" слова новими значеннями чи їх відтінками, або взагалі створюючи нові. Процес такого перетворення цілком можна вважати штучним, адже в його основі – реалізація практичних потреб людини (як суто комунікативних, так і потреб у самореалізації, підкресленні статусу, приналежності до певної "касти однодумців" тощо).

Кожен із субкультурних осередків має свій специфічний жаргон, при чому, якщо раніше жаргон вважався переважно ознакою усного мовлення, то мережеві технології усіляко сприяють закріпленню його на письмі. Наприклад, інтенсивна діяльність субкультурної групи геймерів, що спілкуються в режимі он-лайн, сприяє проникненню в повсякденне мовлення молоді таких слів, як "гама" (комп'ютерна гра), "бродилка" (гра в якій необхідно ходити і виконувати різні дії), "квaker" (гравець у Quake), "шпіляти" (грати в комп'ютерну гру). Жаргону цієї соціальної групи властиве також наділення слів повсякденної мови новими значеннями, наприклад, "палиця" (технічний паристій для гри – джойстик), "блохи" (помилки у програмі), "камінь" (процесор) та ін. Цілком очевидним є те, що представники цих груп "відкриті" для прийняття відповідної інформації, добровільно стають її носіями. Логічним наслідком при цьому є не лише трансформація природної мови, а й вплив на загальну культуру мовлення.

Неоднорідність природної мови в площині комунікації різних соціальних груп інформаційної ери, у тому числі субкультурних, на нашу думку,

пояснюється низкою чинників. Першочерговими серед них є специфіка комунікативних потреб і мотивація соціокультурної діяльності. Такі показники власне й становлять основу соціальних груп, критерій їх розрізнення. Як зазначає М.Бергельсон, “певною мірою комунікація в групі співвідноситься з організаційною комунікацією, оскільки будь-яку організацію можна розглядати як групу взаємодії індивідуумів, поєднаних для досягнення певних цілей” [2, с. 11]. Так, наприклад, простеживши різницю мовленнєвих характеристик вікових груп підлітків і людей літнього віку – користувачів мережевого простору, можна побачити, що визначальним чинником специфіки мовленнєвих характеристик першої групи є потреба в самовизначенні, ідентифікації себе в середовищі однолітків як природному явищі в процесі становлення особистості, тоді як люди літнього віку в цьому не мають потреби. Не менш суттєвою є також різниця в світосприйнятті підлітків і людей літнього віку. Як слушно зазначає А.Гжегорчик, “...те, до чого даний вираз чи група виразів належить, буває різним у людей різних епох, але буває також і різним у людей тієї самої епохи, що мають різний досвід чи різну освіту; воно буває також різним у різні періоди життя тієї самої людини” [4, с. 90]. Про феномен своєрідного розриву між поколіннями свідчить і те, що молоді більш схильні до сприйняття “картинок”, образів, що заміщують собою дійсні речі, аніж до роботи інтелекту. Так, молоде покоління є відкритішим до експресивного та емоційного сприйняття порівняно з літнім. Відповідно, мовленнєве оточення підліткових груп характеризується більшою мінливістю, розмаїтістю, інтенсивністю лінгвокультурних змін, а отже, вони більшою мірою є потенційними комунікантами субкультурного мережевого простору.

Означені чинники неоднорідності природної мови в площині різних соціальних груп на перший погляд спонукають нас до усвідомлення окремих соціальних осередків як закритих систем. На це вказує і їх орієнтація діяльності, досить чітко фіксування способів, норм, цілеорієнтирів тощо. Проте цього не можна сказати про їх мовленнєву сферу. Сьогодні завдяки новітнім інформаційно-комунікативним технологіям комуніканти з легкістю можуть переходити з однієї соціальної групи в іншу, несучи на собі мовне навантаження різнорідних комунікантів. Таке явище наскрізно демонструє соціокультурне наповнення лінгвокультурних трансформацій мережевого простору, який усвідомлюється “палітрою” для змішування різних лексичних стилів, жанрів тощо.

Мовні пласти всіх цих соціальних груп так чи інакше накладаються один на інший. Як зазначає Л.Куликова, вступаючи в комунікацію, кожна особистість (або людина, що спілкується) привносить у неї свій власний, “збережений” у процесі інкультурації і соціалізації “запас-сховище” знань та уявлень або індивідуальний лінгвокультурний простір. У лінгвокультурній взаємодії при продукуванні, сприйнятті і розумінні мовленнєвих і екстравербальних повідомлень когнітивні простори тих, хто спілкується, актуалізуються і частково перетинаються, породжуючи спільний пресуппозиційний фонд. При цьому чим

більша зона перетину, тим адекватнішою буде комунікація [5, с. 30].

Взаємовплив означених мовних пластів іменується Ю.Лотманом як своєрідне “пересічення”: у повноцінному людському спілкуванні і, тим більше, в нормальному функціонуванні мови, закладене припущення щодо вихідної неідентичності того, хто говорить, і того, хто слухає. За цих умов нормальною стає ситуація пересічення мовного простору мовця та слухача. В ситуації непересічення спілкування стає неможливим, повне ж пересічення робить спілкування беззмістовним [6, с. 15–16]. Така теза дає змогу говорити про взаємодію мовних пластів як не лише невід’ємну характеристику лінгвокультурних феноменів, а й необхідну умову успішної інтеракції, адже для міжособистісного спілкування характерна не ізольованість, а взаємодоповнюваність комунікативних засобів впливу.

Отже, комунікативний простір інформаційної доби є універсальною семіотичною матрицею, яка надає широкі можливості для формування специфічної мовної поведінки субкультурних осередків, вироблення ними своєрідного унікального соціокоду. Останні активно проявляють тенденцію до зміщення комунікативного інтересу у бік комп’ютерної комунікації, “стирання” чіткої межі між субкультурним мовним пластом та унормованим мовленням.

Список використаних джерел

1. Айер А.Дж. Язык, истина и логика; [пер. с англ. В.А. Суровцева, Н.А. Тарабанова] / под общ. ред. В.А. Суровцева. – М. : “Канон +” РООИ “Реабилитация”, 2010. – 240 с.
2. Бергельсон М.Б. Коммуникативные методы в управлении или менеджмент как искусство коммуникации // Теория и практика коммуникации: Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2004. – Вып.2. – 244 с.
3. Біленко Т.І. Феномен слова в українських реаліях (філософський аспект): [моногр.] / Біленко Т.І. – К. : Знання України, 2003. – 432 с.
4. Гжегорчик А. Життя як виклик. Вступ до раціоналістичної філософії / Гжегорчик А. – Варшава; Львів, 1996. – 264 с.
5. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурном общении: [моногр.] / Куликова Л.В. – М. : Флинта; Наука, 2009. – 288 с.
6. Лотман Ю.М. Семиосфера / Лотман Ю.М. – СПб.: Искусство-СПб, 2000. – 704 с.
7. Миллер Е.Н. Что такое язык? Гносеологический аспект. Изд. 2-е. – М. : Книж. дом “ЛИБРОКОМ”, 2009. – 96 с.
8. Петров М.К. Язык и мировоззрение / Петров М.К. // Историко-философские исследования. – М. : Рос. полит. энцикл., 1996. – С. 168–228.
9. Рабинович Е. Риторика повседневноности: Филологические очерки / Рабинович Е. – СПб.: Изд-во Лимбаха И., 2000. – 240 с.
10. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Яриева. – 2-е изд. – М. : БРЭ, 1998. – 685 с.

References

1. Ajer A.Dzh. Jazyk, istina i logika; [per. s angl. V.A. Surovceva, N.A. Tarabanova] / pod obshh. red. V.A. Surovceva. – M. : “Kanon +” ROOI “Reabilitacija”, 2010. – 240 s.
2. Bergel’son M.B. Kommunikativnye metody v upravlenii ili menedzhment kak iskusstvo kommunikacii // Teorija i praktika kommunikacii: Vestnik Rossijskoj kommunikativnoj asociacii. – Rostov n/D: IUBiP, 2004. – Vyp.2. – 244 s.
3. Bilenko T.I. Fenomen slova v ukrai’ns’kyh realijah (filosofsk’kyj aspekt): [monogr.] / Bilenko T.I. – K. : Znannja Ukrai’ny, 2003. – 432 s.
4. Gzhegorchik A. Zhyttja jak vyklyk. Vstup do racionalistychnoi’ filosofii’ / Gzhegorchik A. – Varshava; L’viv, 1996. – 264 s.
5. Kulikova L.V. Kommunikativnyj stil’ v mezhkul’turnom obshhenii: [monogr.] / Kulikova L.V. – M. : Flinta; Nauka, 2009. – 288 s.

6. Lotman Ju.M. Semiosfera / Lotman Ju.M. – Spb.: Iskusstvo–SPB, 2000. – 704 s.

7. Miller E.N. Chto takoe jazyk? Gnoseologicheskij aspekt. Izd. 2–e. – M.: Knizh. dom “LIBROKOM”, 2009. – 96 s.

8. Petrov M.K. Jazyk i mirovozzrenie / Petrov M.K. // Istoriko–filosofskie issledovanija. – M.: Ros. polit. jencikl., 1996. – S.168–228.

9. Rabinovich E. Ritorika povsednevnosti: Filologicheskie ocherki / Rabinovich E. – Spb.: Izd–vo Limbaha I., 2000. – 240 s.

10. Jazykoznanie. Bol’shoj jenciklopedicheskij slovar’ / pod red. V.N. Jarceva. – 2–e izd. – M.: BRJe, 1998. – 685 s.

Antipova O.P., PhD, research associate of the group of scientific and methodological publications of Editorial and Publishing Centre of the National Academy of Internal Affairs (Ukraine, Kiev), Antipova_Olga07@mail.ru

Communication features in the subculture of the information age

The study was conducted to analyze the characteristics of communication in the information age subculture. Based on the socio-cultural approach, it proved that communicative space of information age is a universal semiotic matrix, which provides opportunities for the creation of specific verbal behavior of subculture cells and their unique sociocode. The study singles out factors of transformation of modern communication space in the plane of subcultural social groups, including: specificity of communication needs and motivation of socio-cultural activities, the intensity of the information exchange process, the rate of the linguocultural changes, including mixing of different communication styles. The study reveals the tendency to offset communicative interest towards contemporary computer communication, to “erase” the clear distinction between subcultural language and normalized speech.

Keywords: information era, communication, social groups, subculture, language and speech.

Антипова О.П., кандидат философских наук, научный сотрудник группы подготовки научно-методических изданий редакционно-издательского центра, Национальная академия внутренних дел (Украина, Киев), Antipova_Olga07@mail.ru

Особенности коммуникации в субкультуре информационной эры

Исследование проведено с целью анализа особенностей коммуникации в субкультуре информационной эры. На основе социокультурного подхода доказано, что коммуникативное пространство информационного века является универсальной семиотической матрицей, которая предоставляет широкие возможности для формирования специфического языкового поведения субкультурных ячеек, выработки ими своеобразного уникального социокода. В результате исследования выделены факторы трансформации современного коммуникативного пространства в плоскости субкультурных социальных групп, среди которых: специфика коммуникативных потребностей и мотивация социокультурной деятельности, интенсивность приобщения к процессу инфобмена, скорость протекания лингвокультурных изменений, в частности, смешивание разных стилей общения. Обнаружена тенденция к смещению коммуникативного интереса современников в сторону компьютерной коммуникации, стремления к “стиранию” четкой грани между субкультурным языковым пластом и нормированной речью.

Ключевые слова: информационная эра, коммуникация, социальные группы, субкультура, язык, речь.

* * *

УДК 316.47:7.011“19/20”

Дерман Л. М.

старший викладач кафедри дизайну та реклами інституту філософської освіти та науки, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), dermanl@ya.ru

КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА В МОДІ ХХ–ХХІ СТ.

Розглядається феномен моди в просторі комунікацій. Визначається його роль і вплив в декількох вимірах: соціологічному, антропологічному, культурно-історичному та комунікативному. Основним завданням даного дослідження: структурувати образи комунікацій у контексті тілесних імплікацій комунікативного простору моди ХХ–ХХІ століття.

У ході написання дослідницької роботи використовувалися такі методи дослідження як: порівняльний аналіз, метод формалізації, діалектичний та феноменологічний методи. Важливу нішу у дослідженні зайняли компаративіські та системні підходи.

Піднімається питання щодо того, як в моді відбувається репрезентація тілесності, обмін інформацією, цінностями, як здійснюється загальна спільність тілесних енанів, які існують у контексті культури.

Досліджується моделювання тілом біомеханіку руху людини в контексті соціокультурних комунікацій. В статті викладаються і піднімаються основні

питання, щодо сучасного проектування, де одяг розуміється як образ світу чи комунікативного простору.

Розглядається мода, яка трансформує жіночу та чоловічу тілесність в андрогінних, трансформативних ознаках. Вищикнення полівалентного існування комунікативної культури в моді. Концепт андрогінності як частини індустрії мистецтва, моди.

Ключові слова: дизайн, феномен, мода, комунікації, культура, прозоодяг, андрогінна культура, тілесні практики, біомеханіка, дисциплінарні практики, само ідентичність.

Вивченню феномена моди тривалий час надавали невеликого значення, адже його часто відносили до другорядних явищ культури, яке не піддавали системному аналізу та не намагалися дослідити та осмислити особливості його суспільного функціонування. Проте, сьогодні зрозуміло, що феномен моди необхідно глибоко та різносторонньо вивчати, адже, це дасть змогу зрозуміти соціально-психологічну природу моди, зокрема і її комунікативну роль.

З огляду на складність соціального та культурного явища, яке визначається поняттям “мода”, воно стає предметом дослідження різних наук, зокрема: філософії, соціології, культурології, психології, викликає інтерес економістів, мистецтвознавців і навіть політологів. Моду як втілення певних естетичних канонів та ідеалів розглядали деякі вчені ХХ століття: Т.Адорно, М.Бейлькін, Г.Ліхт, Г.Лукач, І.С. Кон.

Предметом дослідження соціологів мода стає з моменту становлення соціології як самостійної галузі теоретичного знання (О.Вейнінгер, Г.Зіммерль, В.Зомбарт, Г.Блумер, П.Бурдьє, Г.Тард).

Культурно-історичний підхід до вивчення моди притаманний для істориків мистецтва і костюма, серед них роботи: Ф.Готтенрота, Г.Вейса, А.Банаха, Я.Бурхарда та ін. Вагомий внесок у дослідження феномену моди зробили такі психоаналітики: З.Фрейд, А.Адлер, Е.Бодле та ін.

Американські психологи та соціологи серед яких: М.Люшер, Дж.Т. Моллой, досліджували моду в комунікативному аспекті.

Феномен моди осмислювався і в радянські часи, проте, це були переважно епізодичні прояви, що демонструвалися в засобах масової інформації, статтях, у розділах монографій, театральних постановках (Е.Басін, О.Екстер, Р.Захаржевська, В.Толстих, В.Краснов, Т.Любимова, О.Родченко, В.Степанова, Н.Ломанова, В.Мухіна) тощо.

Невеликий інтерес до дослідження феномену моди в цей період зумовлений політичними та ідеологічними причинами. Мода в суспільстві “розвиненого соціалізму” розглядалась як маргінальне явище культури. Навіть у період активізації досліджень у сфері дизайну в 60–80-ті роки ХХ століття феномен моди розглядався в рамках теорії проектування костюма. Цікавими є і роботи Ю.Г. Легенького у яких він досліджував культурологічні, естетичні, філософські, соціологічні та художні проблем моди.

Феномен моди в просторі комунікацій – це поєднання різноманітних тілесних практик які мають своє дефініцію в дизайні одягу.

Комунікативну культуру в моді нерідко окреслюють в реаліях історії костюма, розуміють як певний модус соціального буття. Таким чином, формується її сприйняття у декількох вимірах: соціологічному, антропологічному, культурно-історичному та комунікативному.