

Макс Шелер(1874–1928), засновник етики цінностей, був складним та мінливим філософом, соціологом і психологом. Його твори з моральної філософії були запереченнями Іммануїлу Канту і меншою мірою Фрідріху Ніцше. Шелера не задовольняв обмежений формалізм Канта, який не міг відобразити справжнє багатство нашого морального життя. Людям необхідно більше ніж тільки універсальні закони або формальні принципи, їм необхідне керівництво в повсякденних тяготах життя з її різноманітними складностями.

Відправним пунктом для Шелера було повсякденне сприйняття моралі. Адже моральні рішення приймаються в складному світі з суперечливими цінностями. На думку Шелера, сухі раціональні формули Канта не допомагають нам у прийнятті рішень, в чому людині важливу роль відіграють її цінності, але вони не відносні, як розумів Ніцше. Цінності, за Шелером, незмінні. Він вважав, що цінності – це матеріальні якості, які не залежать від різних форм, у котрих вони можуть проявлятися.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, необхідно зазначити, що тема протестантської трудової етики і моральності в сучасну епоху є актуальною, бо потребує розгляду з різних боків. Підsumовуючи цю статтю, виокремимо основні її моменти, щоб побачити, що протестантська етика праці може бути застосованою, як з точки зору консеквенціальної етики, так і з точки зору етики принципу, етики особистості та етики цінностей. Консеквенціальна етика утилітаризму, якщо пов'язати з протестантською трудовою етикою, можуть привести до суттєвих змін у суспільстві. Адже аскетизм трудової етики, помножений на бажання допомогти якнайбільшому числу людей, піднімав рівень людського життя в суспільстві. Етика принципу зустрічається і в працях Іммануїла Канта. На думку Канта, точка відліку в етиці є не предмет, якого ми бажаємо, і не Бог, Якому підкоряємося, а сам суб'єкт етики – тобто морально відповідальна людина. Для Канта, етика обумовлена обов'язком, а не результатами. Моральний вчинок спрямовується внутрішнім почуттям морального обов'язку і відбувається не під впливом мінливих бажань. Сутність етики – не в наслідках і не у вчинках, а в добрій волі індивіда. Етика особистості може бути основою для протестантської трудової етики, бо ж спрямовує людину на шлях спільнотного життя, де наратив направляє спільноту на вплив на суспільство саме через трудову етику. Протестантська етика праці, з точки зору етики цінностей, може розглядатися як вираження третього рівня, де домінують цінності духа. Аскетизм протестантської етики треба розглядати тільки в контексті розуміння того, що він є наслідком стану, коли людина піднялась над своїм біологічним середовищем.

Список використаних джерел

1. Аджемоглу Д. Чому нації занепадають / Дарон Аджемоглу, Джеймс Робінсон. – К.: Наш формат, 2017. – 440 с.
2. Барбур И. Этика в век технологии / Иен Барбур. – М.: Библейско-богословский институт св. Апостола Андрея, 2001. – 380 с.
3. Булгаков С. Н. История экономических и социальных учений / С. Н. Булгаков. – М.: Астrel', 2007. – 988 с.
4. Вебер М. Избранные произведения / Макс Вебер. – М.: «Прогресс», 1990. – 808 с.
5. Нуленс П. Многомерная этика. Нравственное богословие в контексте постмодернизма / Патрик Нуленс, Рональд Миченер. – К.: Книгоноша, 2015. – 304 с.
6. Шеремета Р. Реформація: успіх Європи і шанс для України: колективна монографія / Р. Шеремета, О. Романенко, В. Сміт. – К.: Самміт–Книга, 2017. – 256 с.
7. Фергюсон Н. Цивілізація. Як Захід став успішним / Ніл Фергюсон. – К.: Наш формат, 2017. – 488 с.

References

1. Adhemohlu D. Chomu natsiyizanepayadut'/ Daron Adhemohlu, Dzheyms Robinson. – K.: Nash format, 2017. – 440 s.
2. Barbur I. Jetika v vek tehnologii / Ien Barbur. – M.: Biblejsko-bogoslovskij institut sv. Apostola Andreja, 2001. – 380 s.
3. Bulgakov S. N. Istorija jekonomicheskikh i social'nyh uchenij / S. N. Bulgakov. – M.: Astrel', 2007. – 988 s.
4. Weber M. Izbrannye proizvedeniya / Maks Weber. – M.: «Progress», 1990. – 808 s.
5. Nullens P. Mnogomernaja jetika. Nrvastvennoe bogoslovie v kontekste postmodernizma / Patrik Nullens, Ronald Michener. – K.: Knigonosha, 2015. – 304 s.
6. Sheremeta R. Reformatsiya: uspikh Yevropy i shans dlya Ukrayiny: kolektivna monohrafiya / R. M. Sheremeta., O. Romanenko, V. L. Smit. – K.: Sammit–Knyha, 2017. – 256 s.
7. Ferhyuson N. Tsivilizatsiya. Yak Zakhid stav uspishnym / Nil Ferhyuson. – K.: Nash format, 2017. – 488 s.

Tetyratnikov K. V., competitor of the Department of Cultural Studies of the National Pedagogical Dragomanov University, Head of the Department of Social and Spiritual Projects and Programs PO «Mission Eurasia» (Ukraine, Kyiv), konstt@missioneurasia.org

Labor ethics and morality in the modern era

The article is devoted to the theme of Protestant labor ethics and morality in the modern era. The ethics of labor is a system of moral norms and values in the field of work. It is the work ethic that made the Western world successful in the past. Labor ethics as an important and necessary phenomenon of economic and social life in the article is considered, using four different methodological paths. For this purpose, the Protestant ethics of labor is analyzed in detail, which is considered from four perspectives, namely, from the point of view of consekvantsialnoy ethics, from the point of view of the ethics of the principle, from the point of view of the ethics of personality and ethics of values. The achievement of this goal involves solving such basic research tasks as the need to define the concept of labor ethics, as well as to find out the state of the relationship between the ethics of labor and different ethical approaches. Consequential ethics and utilitarianism associated with Protestant labor ethics can lead to significant changes in society. The asceticism of labor ethics can help as the largest number of people raise the level of human life in society. The ethics of the principle is determined by the duty, not the results. The person's ethics direct man on the path to communal life and influence on society through labor ethics. The asceticism of Protestant ethics from the point of view of value ethics is considered in the context of understanding asceticism as a consequence of a state when man has risen above his biological environment.

Keywords: Protestant labor ethics, morality, theology, ethics of values, society, values, influence.

* * *

УДК 130.2

Скорік В. А.,
викладач, Київський національний
університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), valerria@ukr.net

Мода: визначення, функції та риси у контексті сучасного суспільства споживання

Розглядається питання моди як соціального явища в умовах сучасності. Визначається міждисциплінний методологічний підхід для здійснення дослідження. Проводиться характеристика поняття моди із зазначенням її впливу на соціальний простір. Окреслюються основні соціальні функції моди, що відрізняються стилем характером існування, а також риси моди, специфічні для кожного з умовних історичних етапів розвитку суспільства. Стверджується вплив сфер виробництва та споживання на формування модних тенденцій, зростання значимості гендерних, вікових, етнічних та ін. ідентичностей на противагу впливу класової стратифікації. Акцентується на зменшенні циклу існування модного зразка, його знаковій специфіці без наявності референта, впливу користувачів мережею Інтернет на модифікацію функціональності ЗМІ стосовно участі у формуванні модних критеріїв.

Ключові слова: суспільство, мода, споживання, сучасність.

Мода є важливим явищем, дослідження якого сприяє розумінню специфіки соціального упродовж різних періодів його існування. Проте, розуміння важливості моди для функціонування суспільства у ході наукових досліджень обмежується зведенням цієї проблеми до формування колективного смаку щодо одягу та аналізу історії костюму. Дане дослідження присвячене понятійному визначеню моди, окресленню соціальних сфер, на які вона впливає, виділенню основних соціальних функцій моди та визначення її рис у контексті специфіки сучасного суспільства, яке можна характеризувати як суспільство споживання.

Мода – це соціальне явище, яке характеризує людську життєдіяльність і уможливлює дослідження специфіки і стану розвитку суспільства на різних етапах його існування. Моду можна визначити як панування у певний часовий проміжок тих чи інших смаків щодо одягу, предметів людського вжитку, стилю поведінки чи мислення, які пов’язані зі способами позиціювання індивідуального та функціонування різних сторін сфери соціального. Феномен моди дозволяє побачити місце індивіда у розгортанні суспільних процесів, а також характеризує різні сторони соціального життя, соціальних груп та масових утворень.

Філософський розгляд явища моди постає особливо важливим і потребує застосування міждисциплінарного підходу, що залишає до дослідження різні галузі гуманітарного знання: соціальну, економічну, культурологічну, лінгвістичну, психологічну, історичну та ін. Унаслідок того, що кожна із дисциплін висвітлює окремий аспект такого багатостороннього явища як мода, ігнорування якої з проблемних областей науки можуть привести до обмеженості в розумінні досліджуваної проблеми [5, с. 10]. Таким чином, аналіз явища моди у даній статті буде відбуватися з урахуванням вищезазначененої особливості міждисциплінарності, яка створює передумови для цілісного філософського дослідження. Такий підхід дозволяє адекватно ідентифікувати моду як об’єкт дослідження і зрозуміти її як специфічну форму соціальної регуляції, що обумовлює періодичну зміну і циклічний характер розвитку зразків масової поведінки. Це пов’язано з тим, що для процесу поширення і зміни модних зразків характерний, перш за все, ціннісне відношення людей до речей і до інших людей і пов’язане з цим відношенням розділення людей на групи [12]. Результативність залучення соціально-філософської методології до вивчення явища моди фіксується низкою критеріїв, використання яких дозволяє досліджувати моду за: дисциплінарною спрямованістю, стосунком концепцій до певного філософського напрямку, належністю до конкретного історичного періоду тощо.

Тривалий період феномен моди перебував поза належною дослідницькою увагою, що може бути пов’язане із усталеним ставленням до моди як до поверхневого явища, яке є «ненсерйозним» та не потребує наукового пояснення, через що інтерес до цієї проблематики може бути задоволений рівнем повсякденного сприйняття споживача [10]. Проте, протягом останнього століття увага до цього явища значно інтенсифікувалася, що може бути пов’язане зі специфікою розвитку сучасного суспільства, у якому вплив моди виявляється все більш відчутним. Область,

на яку поширений вплив моди, є вельми широкою, а обмеження її лише сферою одягу чи прикрас – значить мати дуже неадекватне уявлення про масштаби її проявлення. Навпаки, мода може суттєво змінити сутнісне наповнення будь-якої сфери, на яку вона впливає. Наприклад, стилі у мистецтві, теми та стилі в літературі, форми та теми у сфері розваг, перспективи у філософії, практики у бізнесі та дослідницькій інтерес у науковій діяльності – цими напрямами не обмежується увесь перелік людської діяльності, який може піддаватися вагомому впливу з боку моди [13]. Природа контролю, якою наділена мода, санкціонує людську активність та виявляє свій імперативний характер через несприйняття критики та вимогу прихильності до правил, які вона впроваджує. Таким чином, вплив, який можна виявити у процесі дослідження моди, не може не свідчити про вагомість та важливість участі цього явища у суспільних процесах.

Розуміння та визначення моди залежить від уявлень про її основні функції та риси, адже питання: «Що мода «робить» у суспільстві?» пов’язане із розумінням того, що представляє її сутнісне наповнення. Між розумінням понять функцій та рис стосовно моди існує відмінність, яка полягає у тому, що функціональна складова може розглядатися як відносно стала, у той час як риси існування моди можуть піддаватися змінам і бути залежними від низки зовнішніх умов.

Найбільш вичерпно функціональна складова була описана Блумером: він зауважив, що мода зумовлює колективне пристосування до мінливого світу з мінливими можливостями і заміщує роль звичаю, існування якого характерне для традиційних статичних та ізольованих суспільств [13]. Так, мода забезпечує відбір серед багатоманіття моделей культурних схем одну, яку унормовує і робить значивою для конкретного суспільства [16]. Із виділенням однієї моделі серед інших відбувається упровадження інновацій, адже це впливає на домінування певного способу існування однієї із суспільних сфер, наприклад: оновлення виробленої продукції, заміни старих технологій новими, надання переваги певним художнім стилям, способу поведінки та ін. Важливою функцією моди, що пов’язана із часовістю, є впорядкування процесу переходу від минулого до майбутнього, що дозволяє у процесі колективного відбору нової моделі адаптувати індивіда та соціальні групи до змін; із цим пов’язане сприйняття поточного модного зразка як актуального та бажаного із одночасним запереченням та визнанням недоречним та застарілим щойно минувшого. Мода здатна виконувати функцію соціального диференціювання та нівелювання; диференціювання здійснюється на перших етапах домінування певного модного зразка, нівелювання – коли зразок набуває масового характеру і охоплює велику кількість людей. Зіммель обґрунтівував ідею моди як способу задоволення індивідом потреби у соціальній опорі, потребу у індивідуальному розмежуванні, соціальній диференціації та виділенню із загальної маси, тому постає однією із форм життя, яка регламентує тенденції до соціального вирівнювання та соціального розрізнення в межах однієї діяльності [7, с. 267]. Найбільш очевидною функцією моди виступає соціалізуюча, тобто здатність долучати індивіда до певної спільноті, що пов’язане із потребою у активній участі

у соціальному житті, ідентифікацією себе як частини соціуму. Важливим під час розгляду соціалізації є не тільки змістовне наповнення деяких модних стандартів, а розуміння необхідності слідування певним соціальним поведінковим стандартам, участь у соціальному житті як такому. Про механізми класового слідування певним габітуальним зразкам або їхньому запереченню йшлося Бурдье, у якого мода постає наслідком взаємодії двох полів споживання і виробництва [14]. Вагомий функціонал у контексті розгляду моди відводиться комунікативній функції, яка сприяє формуванню в індивідів згоди щодо ціннісних орієнтирів, які пов'язані з модним зразком. Її можна розуміти у контексті передачі модних стандартів від одних людей до інших, що супроводжується частиною зміною повідомлень щодо прихильності стосовно цінностей, які уособлюють актуальній культурний зразок, а також їхнім необмеженим поширенням. Важливу роль у процесі обміну повідомленнями відіграє ціннісна функція, яку виконує мода: під її впливом здійснюється привласнення значень повідомленням, під посередництвом яких відбувається комунікативний процес. Модний стандарт пов'язують із атрибутивними і денотативними цінностями, у результаті чого відбувається валоризація культурного зразка: наділення його цінностями із перетворенням на «новомодний», а також девалоризація, у результаті якої відбувається позбавлення ціннісного виміру інших «старомодних». Із ціннісним виміром розгляду моди як явища важливим також є їхня характеристика як престижних. Престиж «новомодних» культурних зразків підвищується, а тих, що щойно вийшли із моди – знижується, що відбувається одночасно зі зміною ставлення до цінностей у аспекті їхньої престижності. «Входження у моду» та «вихід із моди», таким чином, пов'язані зі збільшенням чи зменшенням престижності культурних зразків та цінностей, які вони позначають [5, с. 164]. Найбільше уваги престижності модного культурного зразку було приділено у межах соціально-філософських теорій, яким була характерна тенденція пов'язувати моду з класовими структурами; особливу увагу приділяли дослідженням моди як соціально-статусному явищу, тому такий підхід виділяє функцію вираження соціально-статусного розрізnenня. Це підтверджують погляди Веблена, який підкреслював, що мода мала стосунок лише до індивідів, які мали привілейований статус у суспільстві [4].

Мінливість характеру моди може бути проявлено у разі зачуття одного з найбільш показових в аспекті виявлення зміни сутності моди критерію систематизації концепцій за етапами розвитку суспільства (класичний – більш широко, а також етапи масового та пост масового суспільств). Характерним є те, що кожна із зазначених груп концепцій тяжіла до відображення сутності моди такою, якою вона була у певну епоху [6, с. 73]. Ефективність використання цього підходу полягає у тому, що, аналізуючи різні за історичним хронометражем та специфікою суспільства, можна виявити ті сутнісні риси моди, які були домінуючими на кожному із цих етапів, а отже – зафіксувати риси моди у контексті сучасності. З часу формування індустріального суспільства мода постає у ролі явища, що формується в умовах розгортання промислової революції, виникнення масового потокового виробництва, повалення феодальних станових бар'єрів, посилення географічної та соціальної мобільності,

зростання культурних контактів, урбанізації, розвитку засобів зв'язку, транспорту та масової комунікації [9, с. 13]. Ураховуючи вищенаведену специфіку низки сфер людської життедіяльності в умовах сьогодення, а також функціональну навантаженість моди, можна свідчити про їхню взаємодію, яка виступає тлом для формування сучасного суспільства споживання та виникнення специфічних рис моди, що виявляють її сутнісне розуміння у сьогоденні.

Так, серед основних рис існування моди у сьогоденні можна виділити значне скорочення часу, за який певний культурний зразок уважають модним. Про це свідчить тривалість домінування культурних схем у ХХІ ст., яка перебуває у межах від декількох місяців до одного року. До прикладу, у XIX ст. період, за якого культурний зразок можна було характеризувати як модний, міг залишатися актуальним упродовж декількох десятиліть. Скорочення періоду, під час якого модний об'єкт виконує свої функції у суспільстві, може бути пов'язаний із інтенсифікацією процесу виробництва, яка пов'язана зі зміною функції продукту виробництва. Вироблена річ, відтак, має задовільняти не стільки первинні потреби у процесі використання, скільки бути спроможною відображати інтенції споживача стосовно самопозиціювання, а також брати участь у створенні релевантного намірам споживача повідомлення, яке у подальшому буде сприяти комунікативному процесу. Зменшення циклу, протягом якого річ, яка була вироблена, і мала підтверджувати статус вписаної у модні критерії, призвів до ситуації «fastfashion» [17, с. 384]. «Швидка мода», яка концептуально з'явилася поряд із іншими видами «швидкого» задоволення своїх бажань, значно скоротила цикл життя виробленої речі, непридатність якої почала визначатися її нездатністю відповісти духу сучасності та тим ціннісним критеріям, які споживач очікує отримати по придбанню. Утім, хоча «fastfashion» можна вважати наслідком явища перевиробництва, його вплив не обмежується лише одним ставленням до матеріальних предметів.

Стосовно питання «Хто ініціює створення споживчої моделі, що у подальшому перетворюється на загальнозначливий взірець, бажаний для наслідування?» можна говорити про вплив двох соціальних структурованих груп: виробничої та споживчої. Перша характеризує представників індустрії, яка задіяна у виготовлені речей, що матимуть або будуть позбавлені атрибути «модності». Проте, вплив лише однієї сфери виробництва на формування запитів у суспільстві стосовно моди не може вичерпно описати процес набуття культурним зразком загальнозначливості, адже важливу участь у цьому процесі також беруть споживачі. Стосовно цього питання наступною сутнісною рисою моди у розрізі сучасності є зміна соціальної групи, яка постає джерелом формування моди на певний культурний зразок. Так, опис моди Зіммелем як засобу соціальної демонстрації, яким вищі класові групи підкреслюють своє привілейоване становище, може характеризувати період існування індустріального суспільства, але в умовах масовізації та переходу послуг та товарів у формат більш доступних для широкого життю, критерій оцінювання об'єкта в аспекті стосунку до сфери моди починають набувати характеру стихійності. Так, формування модних стандартів в XVII ст. відбувалося

«згори»: їх упроваджували представники вищих соціальних верств. В умовах сучасного суспільства масового споживання створення домінуючих культурних зразків може відбуватися у межах соціальних груп будь-якої стратифікації; важливим у такому випадку постає не класова приналежність, а ідентичність: вікова, гендерна, субкультурна, етнічна і т.д. [6, с. 81].

Рисою, яка характеризує моду у період суспільства масового споживання, є її здатність залучати до повторного обороту цикл видимостей, повторювати відтворювані раніше форми із їхнім збереженням на рівні знаків. Споживання речей та явищ відбувається не з точки зору їхнього функціонального призначення, а з позиції розуміння їх як знаків, що виступають чинником соціальної самоідентифікації та замішують реальність [8, с. 118]. Значливим, тому, постають різні рівні включеності зразка у сферу широкого споживання: «бути модним» – у випадку широкого споживання, «бути латентно модним» – перебувати на етапі подальшого входження у сферу широкого споживання, «бути тим, що вийшов із моди» – втратити поширеність у споживанні масами. У такому контексті йдеться про розуміння модного культурного зразка як симулякру, який спростовує необхідність в унікальноті, особливості та автентичності, а також трансформує ціннісне ставлення до предметів споживання [3]. Перетворення моди на продукування симулякрів призводить до відсутності референта, а отже – відсутності посилання на означуване [11, с. 144].

Сутність моди, таким чином, полягає у процесі постійної зміни та чергування знаків; цей процес позбавлений сенсу та детермінованості, руйнує референційні зв'язки між речами та значеннями, на які вони вказують та уможливлює приведення будь-яких форм у стан вихідної повторюваності [2, с. 170].

З аспекту інформаційного впливу на зміну специфіки моди можна говорити про збільшення ролі незалежних лідерів думок, місце яких останніми роками закріплюється за користувачами соціальних Інтернет-мереж, що мають велике охоплення читачів – блогерами [15, с. 39]. Таке явище є виключно характеристикою останніх років ХХІ століття, адже з II пол. ХХ ст. по I дес. ХХІ ст. панівну позицію у формуванні суспільної думки щодо моди посідали ЗМІ [1]. Така риса моди в умовах сучасності могла бути зумовлена зростанням темпів поширення користування Інтернет-мережею та підвищеннем рівня довіри користувачів до електронних джерел інформації авторського характеру, які наразі складають конкурентну сторону для традиційних джерел інформації (телебачення, газет та журналів) або модифікують їх із переведенням та адаптацією в Інтернет-просторі.

Таким чином, моду можна розуміти як важливе соціальне явище, що може характеризувати людську життєдіяльність, уможливлювати дослідження специфіки і стану суспільства, а також потребує залучення міждисциплінарного підходу в процесі аналізу. Область, на яку поширений вплив моди, не вичерpuється областю використання одягу, а розповсюджується на мистецтво, науку, філософію, сферу розваг, характер людської взаємодії, спосіб облаштування індивідом простору довкола себе. Важливими для розуміння моди постають її функції та риси; функціональна складова явища є

сталою та меншою мірою піддається змінам, у той час як риси моди виявляються залежними від конкретного періоду існування суспільства, у межах якого виявляється унікальність специфіки моди. Серед функцій моди можна виділити створення та підтримку єдиноманіття та різноманіття культурних зразків, сприяти інноваціям, підтримувати комунікативні процеси, диференціювати та нівелювати соціальні групи, соціалізувати індивідів, створювати та підтримувати престиж культурної моделі, сприяти колективному відбору однієї культурної моделі із низки інших, а також здійснювати переход від минулого до майбутнього. В умовах сучасного суспільства споживання мода набуває своєї специфіки, риси якої в умовах розвитку суспільства на різних його етапах будуть відрізнятися. Так, спостерігається зменшення часу актуальності певного культурного зразка, що призводить до ситуації fastfashion; вплив на моду може відбуватися «знизу» зі зменшенням значливості класової стратифікації та виходом на перший план ідентичностей різного характеру; модні об'єкти стають симулякрами – серійними копіями; простежується зменшення значливості ЗМІ у процесі набуття зразку критерію модності, поряд із чим підвищується соціальна важливість окремих Інтернет-користувачів – лідерів думок.

Список використаних джерел

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М.: «Добросвет», 2000. – 387 с.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр. – Тула, 2013. – 204 с.
4. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 202 с.
5. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман; 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004.
6. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О. Ю. Гурова // Социологические исследования. – 2011. – Вып. 8. – С.72–82.
7. Зиммель Г. Мода // Избранное. – Т.2. – М.: Юристъ, 1996. – 514 с.
8. Кандзюба М. Проблема симулякрів в культурі: культурологічний аспект / М. Кандзюба // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – Л., 2009. – №636. – С.118–123.
9. Килощенко М. И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты / М. И. Килощенко. – СПб.: СПГУТ, 2001. – 192 с.
10. Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе / Ж. Липовецкий. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – 336 с.
11. Панкратова А. Симулякр четвертого порядка как итог процесса симуляции / А. Панкратова // Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – №11 (49): в 2-х ч. – Ч.1. – С.142–145.
12. Тихонова А. Мода як соціальний феномен в сучасному соціологічному дискурсі / А. Тихонова // Збірник наукових праць з гуманітарних дисциплін «Славута». – Дніпропетровськ, 2011. – Вип.4–5. [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://slavutajournal.com.ua/archiv-nomeriv/slavuta-vipusk-4-5-2011/aktualni-problemi-sociogumanitarnix-nauk>
13. Blumer H. Fashion: From class differentiation to collective selection // Sociological quart / H. Blumer. – Columbia, 1969. – Vol.10, N3. – P.275–291.
14. Bourdieu P. Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu. – USA: Harvard University Press, 1984. – 604 p.
15. Harcup T. Dictionary of Journalism / T. Harcup. – Oxford: OUP, 2014. – Language Arts & Disciplines – 368 p.
16. International Encyclopedia of the Social Sciences. – N.Y., 1968. – Vol.5. – 562 p.

17. Saunier P. Y., Iriye A. The Palgrave Dictionary of Transnational History. From the mid-19th century to the present day / A. Iriye, P.-Y. Saunie. – Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2009. – 1232 p.

References

1. Bodrijar Zh. Obshhestvo potrebleniya. Ego mify i struktury / Zh. Bodrijar. – M.: Kul'turnaja revoljucija; Respublika, 2006. – 269 s.
2. Bodrijar Zh. Simvolicheskij obmen i smert' / Zh. Bodrijar. – M.: «Dobrosvet», 2000. – 387 s.
3. Bodrijar Zh. Simuljakry i simulacija / Zh. Bodrijar. – Tula, 2013. – 204 s.
4. Veblen T. Teorija prazdnogo klassa / T. Veblen. – M.: Progress, 1984. – 202 s.
5. Gofman A. B. Moda i ljudi. Novaja teorija mody i modnogo povedenija / A. B. Gofman; 3-e izd. – SPb.: Piter, 2004.
6. Gurova O. Ju. Sociologija mody: obzor klassicheskikh koncepcij / O. Ju. Gurova // Sociologicheskie issledovaniya. – 2011. – Vyp.8. – S.72–82.
7. Zimmel' G. Moda // Izbrannoe. – T.2. – M.: Jurist#, 1996. – 514 s.
8. Kandzuba M. Problema symuljakriva v kul'turi: kul'turologichnyj aspekt / M. Kandzuba // Visnyk nacional'nogo universytetu «L'viv's'ka politehnika». – L., 2009. – №636. – S.118–123.
9. Kiloshenko M. I. Psihologija mody: teoretycheskij i prikladnoj aspekt / M. I. Kiloshenko. – SPb.: SPGUT, 2001. – 192 s.
10. Lipoveckij Zh. Imperija jefemernogo. Moda i ee sud'ba v sovremennom obshhestve / Zh. Lipoveckij. – M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2012. – 336 s.
11. Pankratova A. Simuljakr chetvertogo porjadka kak itog processa simuljacji / A. Pankratova // Voprosy teorii i praktiki. – Tambov: Gramota, 2014. – №11 (49): v 2-h ch. – Ch.1. – S.142–145.
12. Tyhonova A. Moda jak social'nyj fenomen v suchasnomu sociologichnomu dyskursi / A. Tyhonova // Zbirnyk naukovyh prac' z gumanitarnyh dyscyplin «Slavutja». – Dnipropetrov's'k, 2011. – Vyp.4–5. [Elektronne dzherelo]. – Rezhym dostupu: <http://slavutajournal.com.ua/arxiv-nomeriv/slavuta-vipusk-4-5-2011/aktualni-problemi-sociogumanitarnix-nauk>
13. Blumer H. Fashion: From class differentiation to collective selection // Sociological quart / H. Blumer. – Columbia, 1969. – Vol.10, N3. – P.275–291.
14. Bourdieu P. Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu. – USA: Harvard University Press, 1984. – 604 p.
15. Harcup T. Dictionary of Journalism / T. Harcup. – Oxford: OUP, 2014. – Language Arts & Disciplines – 368 p.
16. International Encyclopedia of the Social Sciences. – N.Y., 1968. – Vol.5. – 562 p.
17. Saunier P. Y., Iriye A. The Palgrave Dictionary of Transnational History. From the mid-19th century to the present day / A. Iriye, P.-Y. Saunie. – Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2009. – 1232 p.

Skorik V. A., teacher, Taras Shevchenko national university of Kyiv (Ukraine, Kyiv), valerria@ukr.net

Fashion: definition, functions and features in the contemporary society of consumption

This article reveals the question of fashion as a social phenomenon in contemporary conditions. We defined methodological approach to the investigation as interdisciplinary. We characterized the notion of fashion and indicate its influence on social space. We systematized the main social functions of fashion which existences are temporary constant and identified fashion features are specific to each of the conditional historical stages of the development of society. Spheres of production and consumption are influence on the process of creating fashion trends. Fashion trends also became connected with the raising role of gender, age, ethnic identities in contradiction to the class stratification. We confirmed that term of existence of the cultural model as fashion is reducing; emphasized that cultural model which could be characterized as fashion has a sign nature without any reference. The article also revealed users of social media in the Internet are influence on functional modification of mass media in relation to participation in forming of the fashion criterias'.

Keywords: society, fashion, consumption, contemporary.

* * *

УДК 141.7.329

Кривега Л. Д.,

доктор философских наук, профессор,
заведующая кафедрой философии,
Запорожский национальный университет
(Украина, Запорожье), ukra29@i.ua

Сухарєва Е. В.,

кандидат философских наук, доцент кафедры
бизнес-администрирования и менеджмента
внешнеэкономической деятельности, Запорожский
национальный университет (Украина, Запорожье),
esuhareva030@gmail.com

Египет: філософія становлення нової соціальної реальності

Исследовательский интерес направлен на анализ становления новой социальной реальности в Египте. Отмечается, что общественные процессы последнего десятилетия в стране вызваны как обострением внутренних проблем, так и неготовностью отвечать на внешние вызовы современности. Дан анализ основных направлений стратегии модернизации египетского общества и проблем в ее реализации. Рассматриваются линии противостояния в египетском обществе в религиозном и социальном аспектах. Отмечается, что философия формирования новой социальной реальности Египта основывается на формировании политической демократии, обновление религиозного дискурса, проведении индустриализации, создании рабочих мест, сдерживания демографического взрыва, обеспечении доступности воды и продовольственной безопасности, реализации принципов социальной справедливости и равных возможностей, борьбе с терроризмом и, в частности, в таакифи (мировоззренческие установки на осуществление террористических актов).

Ключевые слова: Египет, общество, стратегия развития, философия, социальная реальность.

(стаття друкується мовою оригіналу)

Развитие египетского общества за последнее десятилетие привлекает внимание многих исследователей Ближнего Востока. Особенно актуальным осмысление проблем модернизации современного Египта является для Украины. Это обусловлено не только тем, что слово и событие «майдан» присутствует как в арабском, так украинском контексте. Важным является схожее стремление этих двух стран изменить содержание, направленность, темпы развития в условиях переформатирования мира и становления нового мирового порядка. И Египет, и Украина пытаются найти свое место в мировых координатах развития 21 столетия и через разработку социально эффективной стратегии и ее реализации войти в число успешных стран. Что касается состояния изучения заявленной темы, то отметим деятельность таких известных Центров египтологии как: Ближневосточный Центр при Лондонской школе экономики и политических наук, Великобритания (Middle East Centre at London School of Economics and Political Science (<http://www.lse.ac.uk/middleEastCentre/home.aspx>)); Центр ближневосточной политики в Институте Брукингса, США (Center for Middle East Policy at Brookings (<http://www.brookings.edu/about/centers/middle-east-policy/about>)); Центр исследования Ближнего Востока при Кембриджском университете, Великобритания (Middle East Research at Cambridge Judge Business School (<http://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/middle-east-research/>)); Институт Ближнего Востока (Президент Е. Я. Сатановский), Россия (www.iimes.ru) и другие. Большой массив информации и аналитических обзоров по Египтудается на форумах