

Подражание и мода

Подражанието е възпроизвеждане от индивида на черти и еталони на демонстрирано поведение, независимо от осъзнателността или неосъзнателността на този процес. Подражанието е феномен, който се проявява още на ниво диади. В бихейвиоризма подражанието е условно – рефлекторен механизъм на научаването, който се регулира от подкреплението. Когато индивидът получава или очаква да получи възнаграждение за своето подражателно поведение, той имитира с готовност. Когато едно такова следване не се свързва с подкрепление, той го изоставя и не подражава. Има много механизми, които поддържат подражанието. От една страна това е личният успех в каквото и да е начинание, който е немислим без кооперацията с другите на базата на подражанието. От друга страна това са механизмите за социално подкрепление и наказание, с които околните поддържат единството на масата. От трета страна немислимо е каквото и да е престижно самоутвърждаване сред другите без известна доза прилика с тях, голяма част от която се постига на базата на подражанието.

Диапазонът на подражанието е твърде широк – от сляпото копиране до мотивираното следване на другия. У децата то е неосъзнато, повърхностно и външно. За това се твърди, че явленията на подражанието не могат да се обяснят само с рационалното и се свързват с ирационалното, което в последствие се отнася и за тълпата като цяло. У зрялата личност обаче, то може да бъде нарочено и осъзнато с цел подпомагане на ученето.

Според Лъобон, то е една от формите, в които примитивната, оголената от контрола на рационалното психика на индивида взаимодейства с заобикалящата я социална среда.

Но дори и при тоталния регрес на личността в тълпата съществуват и елементи на полуосъзната рационалност, които допълнително усилват действието на подражанието един от този елемент е социалното сравнение. Л. Фестингер го описва като средство за преодоляване на когнитивните проблеми на индивида. Характерно за този процес е, че човек се сравнява с подобните на себе си индивиди и групи, за които счита, че са в сходна с неговата ситуация, търсейки по – скоро приликите, отколкото различията.

В тълпата ситуацията е твърде удобна за разгръщането на социалното сравнение. В нея е налице е устойчиво чувство за идентичност с другите. Същевременно изправен пред мощта на тълпата и пред собствената си безпомощност, той почти автоматично трансформира своето безсилие с готовност за безкритично взаимстване. Така, посредством подражанието, което го идентифицира с валенциите на тълпата, индивидът придобива увереност в мисленето си, усещане за могъщество и неуязвимост и намира изход от екзистенциалната тревожност.

Известно е от нормативната теория, че в тълпите взаимодействията са ефективни, когато се развиват стандарти на поведение, които упражняват ограничителен ефект върху поведението. Подобна е обстановката при отсъствието на подпомагащо поведение у индивидите, въпреки наличието на лице в дистрес. Липсата на модел и наличието на безучастни, макар и озъртащи се спътници в този случай създава у присъстващите убеждението, че бездействието е нормалното поведение – ситуация на колективна неосведоменост.

В тълпата обаче, положението е едновременно и сходно и твърде по-различно. Тя също е средище на хора, събрани заедно от общ проблем, за който нямат готово решение. С други думи участниците са възбудени, но не всички са активни в тълпата. Освен това имат илюзията за хомогенност, тъй като търсят консенсус за “подходящо поведение”.

Много скоро в тълпата се появява и модел. Това е поведението на изпъкващите, на активните членове, което се възприема от безучастните, колебаещите се, неосведомените и размишляващите като доминиращ начин на действие. С други думи подражанието се свежда не толкова до заразяване и имитация, колкото до възприемане на “подходящото” или “изискващото се”.

Колективното поведение се характеризира с опит да се дефинира една смътна ситуация и да се намери указание какво индивидът трябва да прави. А подражанието е средство, чрез което демонстрираните модели запълват празнотата в репертоара, която съществува у мнозинството.

В резултат на подражанието възникват груповите норми и ценности. Същевременно между нормативната теория и теорията за подражанието съществуват и някои

различия. При подражанието хората спонтанно споделят модела. При нормата те се подчиняват, но не го споделят непременно.

И все пак трудно е да се каже къде свършва подражанието и къде започва предписанието на нормата.

На границата на този неформално – подражателен процес, който преминава в норма, се появява модата. Тя е динамична форма на стандартизирано масово поведение, възникващо в обстановката на стихийно подражание под влияние на доминиращо в обществото настроение, бързо изменящи се вкусове. Общественото внимание се насочва към един или друг аспект на социалния живот, който става за известно време предпочитан, широко следван в обществото или в отделна социална група. В този смисъл модата представлява норма в дадена общност от хора и като всяка норма носи елемент на принуждение.

В същото време обаче модата е бързо променящ се стандарт. Тя е проводник за усвояване на нововъведенията и изразява динамиката на неформалната норма в процеса на нейното възникване, господство и упадък. Следването на модното е ценностно отношение към нова, масова форма на поведение, безотносително към нейното съдържание.

Модата е цикличен процес на обновяване. Според Е. Богардус тя минава през три стадия : първият стадий представлява нейното формиране. Първоначално, тези които се ползват с висок престиж и желаят да обърнат внимание върху себе си, установяват новите образци на поведение. Този етап е израз на нонконформизъм, фантазия и творчество. По терминологията на Тард, това са изобретателите, които създават социалните образци и на които принадлежи тази фаза.

Вторият етап представлява господство на модата и включва в най – голяма степен подражанието. Той е израз на конформизма на масовата психика. Голямата внушаваща сила на модата се дължи на това, че “тези, които желаят да се доберат до по – висок стандарт, приемат новия образец на подражание”. Тяхната висока мотивация поддържа модата.

В третия стадий се включват всички или по – голяма част от конформистите. Този етап представлява угасване на модата. Вече са вербовани по – голямата част от подражателите и нейното съществуване още известно време е израз само на социалната инерция.

Модата е хибрид на индивидуализма с конформизма както на ниво индивид, така и на ниво група. Последователите на модата се аргументират твърде противоречиво за своето подражателство. От една страна те следват модата, за да се самоизтъкнат, за завоюване престиж в групата, за да се отделят от тълпата. От друга страна – за да не изостават от другите, за да не се чувстват аутцайдери.

Модата е една от характеристиките на “масовото общество”. Стандартната култура, бързото възпроизводство и мултипликация на образците, които представляват ценност за конформистите, прави човека по-податлив на модата, на стандартните и масовите увлечения. Модата е състоянието на тълпа, което е напуснало улицата, влязло е в дома и се е настанило трайно в индивидуалното съзнание. Да се подражава на другите е станало стил на поведение. Това води до загуба на собствената индивидуалност.

Първостепенното значение на подражанието в този процес, ориентира модните увлечения в ония възрастови и социални групи, които са по-податливи към него. По-младите откликват с по-голяма готовност на модите във външността – дрехи, прически, танци и др.

Показателен за значението на подражанието в модния процес е и емпиричният факт, че аристократичните слоеве в английското общество са много по-незаинтересовани от модата, отколкото средната класа. Висшите аристократични кръгове предпочитат традиционните английски костюми, натуралните тъкани и семплите десени. Средните слоеве обаче постоянно се стремят да се издигат нагоре в модата, поради което модното им облекло е основната им грижа.

Същевременно в модата е на лице и безкритичност. Болшинството индивиди следват модното не от рационални съображения, а защото “всички правят така”.

Модата се основава на склонността на човека да се сравнява с другите в съсловието си,

да изглежда не по-малко значим от тях. Тя е “създадена” за това илюзорно, оглупяло самовъзвеличаване. Правото да мислят имат лидерите в модата и модните дизайнери. Останалите поддържат състоянието на тълпата.

Модата не възниква безотносително към определени човешки нужди. Тя е движена и от остри масови потребности, за които внезапно се открива лек. Модният “хъс”, с който младите момичета се втурват след мини – модата, е израз и на съкровеното им желание да покажат достойнствата си.

Модата изпълнява различни функции.

Тя носи социалната поръчка да отличава определена група – различителна функция. Модата служи като комуникативен символ на социална принадлежност – комуникативна функция, тя представлява общуване без думи. Общуване, което съобщава за статуса, за принадлежност към определена група и начин на мислене. В движенията тя се превръща в символ, в изразна форма на бунт.

Третата функция на модата е компенсаторна – присъединявайки се посредством външните символи към определена социална група, индивида си приписва нейните характеристики. Модата препраща не към личността, а към съответната социална група.

Четвъртата функция на модата е да обновява притъпените нервни дразнителни. Тя обслужва естествения стремеж на човека към разнообразие и промяна. Еднообразието успива сетивата, познатото остава да бъде забелязвано. Новото събужда вниманието и интереса дори към добре познати обекти. Дълго време след навлизането в подражателната си фаза модата изпълнява функцията си на обновление. Именно изчерпването на тази функция води до изоставяне на модния образец.

Понякога модата се отнася само до някои аксесоари на бита или поведението, но друг път тя дава стил на живот. Това е така наречената социализираща и ресоциализираща функция, която допринася за усвояване на новото. Хората следват модните образци, защото се идентифицират с една чужда представа за себе си, която е предизвикателна за тях и, с която ако не се отъждествяват, биха загубили от самочувствието си.

В модата намират потвърждение много социалнопсихологически теории.

Теория на Тард – той възприема модата като социално подражание, при което масовият конформист усвоява образците, произведени от изобретателния елит.

Социалнодраматургична теория на Ъ. Гофман – според него присъединявайки се към дадено модно направление индивидът съзнателно търси да произведе преднамерено впечатление за себе си. Модата е една маска, която той избира, криейки зад нея истинската си същност. Чрез модата той лъже. Вещите ни характеризират и това тяхно качество може да се експлоатира съзнателно. Околните също приемат тази маска за истинна. Те не допускат да засвидетелстват принадлежността на индивида към дадено модно направление и да изкажат признание към неговата въображаема идентичност.

Теория за социалната категоризация – идентификацията на индивида с дадено модно направление всъщност е идентификация с дадена социална група. И същевременно диференциация от други групи, наследяващи съответната мода. Тя е етикетът, който ни вписва в дадено референтно множество.

Модата е феномен на масовата психика. Понякога е неразумна и самоцелна, друг път носи елементи на социалния прогрес, но винаги е поддържана и от ирационалните мотиви на подражанието, внушението и заразяването. Модата е натрапник на съзнанието, който го прави да оглупява, за да отнеме неговия индивидуализъм и да го превърне трайно в тълпа.