

Роль моды в системе социальной регуляции общества

Ганюшкина Мария Валерьевна

Студент

Ульяновский государственный университет, Гуманитарных наук и социальных технологий, Ульяновск, Россия

E-mail: ganyushkina.mv@yandex.ru

Мода давно вышла за рамки ее обсуждения только лишь в области культуры. О ней говорят философы, писатели, социологи, психологи, политики и многие другие. Практически каждый человек в обществе имеет свое представление о моде. Данное явление представляет собой сложный процесс, который влияет на все сферы жизни общества: политическую, экономическую, социальную и духовную. Поэтому цель данной работы – изучить роль моды в системе социальной регуляции общества.

Мода играет огромную роль в процессе социальной адаптации и самореализации личности. Она помогает человеку, с одной стороны, слиться с той общностью, к которой он принадлежит, посредством воспроизведения модного стандарта в период его наибольшей распространенности. А с другой стороны, с помощью моды человек может выделиться из своей среды. Мода является еще и одним из средств личного самутверждения и самореализации, ведь зачастую одежда оказывается одним из основных способов утверждения собственной значимости в социальной среде [3].

Интерес к механизмам образования и распространения моды традиционно велик. Большинство исследователей приходят к единому мнению относительно этой проблемы и считают, что модные процессы регулируются, прежде всего, социально-психологическими механизмами. Основные такие механизмы: заражение, внушение и подражание [3].

Одежда удовлетворяет целый ряд потребностей человека и выполняет соответствующие им функции. Поэтому любая одежда функциональна. Но функции одежды и функции моды не следует отождествлять. Одежда – это, прежде всего, средство защиты тела от внешней среды, а уже потом – украшение, средство выражения половой, национальной, социальной идентификаций. Мода же выступает как социальный регулятор. Прежде всего, регулятор сознания и поведения людей, показатель социального положения и престижа и показатель эстетической ценности [2].

Мода проникает практически во все сферы жизни общества, будь то политика, культура, экономика. Она присутствует в сознании каждого индивида, даже если он этого не признает. Мода, также как и политика, манипулирует общественным сознанием. Их взаимоотношения начинаются с емкого понятия «власть» [4]. Мода – это и культурологическая категория. Общество невозможно без культуры. Каждая культура включает в себя множество культурных феноменов. Мода является одним из них [5].

Мода стала неотъемлемой и составной частью образа жизни людей. Мода – это миф современного общества, позволяющий упорядочить общепризнанное на данном этапе отношение людей к внутренним и внешним формам культуры. Мода выполняет множество функций в обществе. Но основная ее функция в том, что она выступает как социальный регулятор. Прежде всего, регулятор сознания и поведения людей, показатель социального положения и престижа и показатель эстетической ценности. Но мода – регулятор неинституциональный, поскольку в ней ценностное начало в целом преобладает

над нормативным, характерным, как правило, для социальных институтов. Отдельные элементы и подсистемы моды могут институционализироваться и организовываться, однако в целом она неподвластна им. Хотя мода теснейшим образом переплетается с экономическими институтами, она все же автономна по отношению к ним, и многочисленные попытки подчинить ее, не подчиняясь ей, заканчивались провалом [1]. То же самое еще в большей мере относится к институтам власти: даже самые деспотичные и свирепые правители, объявлявшие войну моде, не могли одержать над ней победу, если в обществе существовали хотя бы минимальные условия для ее существования, более того они сами испытывали на себе влияние моды.

Таким образом, мода занимает одно из ведущих мест в системе социальной регуляции общества. Мода как объект воздействия множества социальных факторов фактически отражает все процессы, происходящие в обществе - и материальные и духовные. Пусть она имеет не институциональную природу, но это не мешает ей оказывать существенное влияние на социальный мир.

Литература

1. 1) А.Б. Гофман "ода и люди: новая теория моды и модного поведения: 1994. С. 3-160
2. 2) Т. Веблен. "еория праздного класса: 1984. С. 184.
3. 3) М. Килошенко "сихология моды: 2001. С. 7-74.
4. 4) Мода и российские политики. <http://vlasti.net/news/28100>
5. 5) Мода как социальный феномен. <http://www.consumers.narod.ru/lections/fash>