

Роль моды в унификации современного человек. Мужчина и мода.

Филимонова Галина Александровна

Студент

Южный федеральный университет, Факультет социально-исторического образования (ПИ), Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: galalaim@yandex.ru

В настоящее время в современной науке большое внимание стало уделяться проблеме гендера (gender - социальный пол) и развития гендерного направления в социологии. Представления об отличительных характеристиках женщин и мужчин являются стереотипными для современного общества. Они являются исходными и неосознанными в восприятии любого человека независимо от его возраста (даже младенца).

Социальный стереотип – исторически сложившиеся, устойчивые, эмоционально насыщенные, ценностно-определенные образы, убеждения, которые являются концентрированным «черно-белым» [2] выражением социальной установки, массового сознания.

Мода – это мерило, правило, образ. Нередко мода означает быстро приходящую популярность чего-либо или кого-либо. Мода как определенное правило, культурный образец имеет две стороны: это - социальное правило, стандарт, которому нужно следовать; это - социальные ценности [4]. Посредством моды передается определенная информация от одних людей другим. Ценностные ориентации и мотивы, связанные с участием в моде, могут различаться. Для одних важно выделяться из массы, для других – слиться с ней. Мода, как и все другие стороны жизни стереотипизируется.

Мужчин мало волнуют, какие модели создают современные дизайнеры, они хотят быть похожими на своих кумиров. Что приводит, к консервативности мужской моды. Отсюда стандартизация и унификация современной мужской моды.

По данным аналитической маркетинговой компании Mintel, в Великобритании общий объем рынка мужской одежды составил в 2003 году 7,22 млрд фунтов стерлингов, что составляет только 49% от общего объема продаж женской одежды (14,87 млрд)[5].

Стереотипы в моде создают так называемые стандарты, которые характерны только для этого этапа исторического развития какого-либо общества. Их можно назвать модными стандартами [3]. Модные стандарты – это разновидность культурных образцов, т. е. некие способы или правила поведения или действия, зафиксированные в культуре особыми средствами. Можно сказать, что мода влияет на стандартизацию личности. Она создается для индивидуализации человека, выделения его из массы. Но организуя технологию массового производства по заданным стандартам, мода не выделяет, а напротив, унифицирует, стандартизирует внешнее оформление личности. В этом находит отражение современная мужская мода, она не индивидуализирует, а стандартизирует внешность мужчины, следящего за модными процессами.

Литература

1. Вайнштейн О. Денди: Мода, литература, стиль жизни. 2-изд., испр. доп. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.

2. Социология: краткий тематический словарь. Под ред. Ю. Г. Волкова. Ростов – на – Дону, 2001.
3. Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах: выписки из книги «Общественное мнение» // Социальная реальность, 2006, № 4
4. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 2004.
5. Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. Введение. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. Труды ЦНСИ. Вып.4. СПб.: 1996.
6. Тангейт М. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
7. www.dissland.com/catalog/217127.html (Социальные стереотипы)

Слова благодарности

Хочу выразить слова благодарности своему научному руководителю, Галине Сергеевне! За ее поддержку и веру в мои способности! И еще, хочу сказать большое спасибо, организаторам данной конференции за возможность участия в научной жизни нашей страны, для нас, простых студентов.