

Негативное влияние моды на современное общество

Научный руководитель – Африкантов Константин Петрович

Чернявский Александр Игоревич

Студент (бакалавр)

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина - филиал «Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Факультет государственного и муниципального управления, Саратов, Россия

E-mail: 777alex777.mv33@gmail.com

Мода - это неотъемлемая часть жизни человека. Она представляет собой социальный механизм, который обновляет жизнь людей, помогает открывать нечто новое для восприятия, развивает и обогащает культуру. Но то же время у нее есть и негативная сторона, так как мода служит своеобразным мерилом человеческих взаимоотношений. Сейчас вопрос подлинной индивидуальности личности стоит наиболее остро. Если раньше мода была скорее культурным феноменом, то сейчас она превратилась в ресурс управления обществом.

Современный человек в большей степени подражает законодателям модных тенденций, нежели придает своему образу жизни индивидуальность. Это серьезная ошибка и для того, чтобы стабилизировать ситуацию, необходимо подойти к пониманию моды осознанно и с некоторой осторожностью. Феномен моды очень тесно связан с расширением информационного пространства. По мере развития торговли происходило слияние культур, а через людей, которые контактировали друг с другом увеличивался и поток информации. В современном обществе, с развитием информационных технологий люди погрузились в информационный массив всеохватывающего масштаба, скорость внедрения информации в массы возросла, возможности влиять с помощью моды на массовую статистику поведения социума приобрело огромную силу [1].

Почему же это происходит? Исследователи объясняют распространение моды наличием в психике такого алгоритма, как стадно-стаинное поведение. Для того, чтобы выжить в стае/стаде человек использовал две основные формы поведения: либо выделиться среди соплеменников и стать лидером, либо подражать большинству, чтобы не стать изгоем. Мода дает нам возможность на информационном уровне сделать и то, и другое. Отсюда стремление определённой части общества немедленно приобщиться к «последним тенденциям». Особенно это заметно по представителям «звёзд» шоу-бизнеса, различным медиаперсонам. Таким образом, они стараются закрепить за собой позиции вожаков, за которыми идёт толпа.

Получается, что происходит бесструктурное и порой хаотичное управление обществом, когда следовать моде никто никого не заставляет, но люди «сами» делают так, как предписывает им модная тенденция.

Самым простым и одновременно очень жестоким проявлением моды является разрушение национальной особенности человека. Так, в Южной Корее под влиянием западных традиций родители дарят восемнадцатилетним девочкам операцию по расширению глаз, потому что в этой стране широкие глаза считаются признаком красоты, благодаря которой девочки спустя годы смогут найти работу. В результате подобных операций корейцы лишаются национальных особенностей [4].

Как же что-то новое «входит в моду»? Можно выделить два пути.

Новая идея подхватывается людьми потому, что она совпадает, или импонирует их представлениям о жизни, соответствует их идеалам и ценностям. С развитием коммуника-

ций идеи распространяются мгновенно, и если они «запали в душу» какому-то количеству людей, то они преумножаются и становятся модными.

Второй путь полагается на управление и выстраивание целой мировой индустрии по продвижению рекламной компании мод. Очевидно, что мода затрагивает не отдельные страны и народы - она глобальна. Несомненно, есть какие-то локальные модные тенденции, но в итоге мода оказывает значительное влияние повсеместно.

Может показаться, что мода негативно влияет только на людей, меняет их до неузнаваемости, но не меньшему влиянию подвержена и окружающая среда. Желание человека следовать модным трендам является одной из главных причин загрязнения окружающей среды. Индустрия моды каждый год наносит непоправимый ущерб экологии. Для того, чтобы производить ткань, необходимо расходовать огромное количество пресной воды, а после окончания обработки остается множество отходов производства, требующих утилизации.

Правильное выращивание хлопка - очень затратное производство, требуется огромное количество ресурсов для соблюдения технологии и защиты сырья. От опасных химикатов страдают не только люди, но и животные. Основным поставщиком тканей и сырья являются беднейшие восточные страны.

Утилизация одежды - это еще одна глобальная проблема. По статистике 85% одежды, приобретенной за год, уничтожается, а не перерабатывается. Вся эта статистика стала впечатлять общественность, вследствие и компании. И сегодня начинаются серьезные изменения, связанные с попытками реформировать модную индустрию, а также показать людям заинтересованность корпораций в сохранении окружающей среды [2].

Более того, теперь практически все крупнейшие организации ставят экологию во главу угла и стараются внедрять этические правила в отношении выращивания сырья, производства и утилизации одежды.

Сейчас на одежде все чаще стали появляться специальные этикетки, которые информируют о том, что при выращивании хлопка не использовали химические соединения, или пестициды. Крупные бренды теперь часто проводят акции по сбору старой одежды и частичного обмена на новую. Старую одежду перерабатывают и дают жизнь новым вещам. В результате такого подхода, появляются абсолютно новые линейки одежды, отвечающие экологическим требованиям и стандартам.

Это касается не только производства одежды, но и многих других отраслей. Если ответственность компаний-производителей будет продолжать расти, то и ответственность общества будет меняться, а у людей появится желание что-то менять.

Мода - это очень обширный предмет для изучения, во многом она способствует прогрессу и улучшению человеческой жизни, но к сожалению, в современном обществе она все больше играет роль инструмента, который помогает управлять умами людей. Для того, чтобы мода менее пагубно и разрушительно влияла на человека и среду его обитания, необходимо как можно раньше уйти от закоренелой концепции банального потребления. Мода - должна быть мироощущением и самым правильным будет найти свой собственный стиль и следить за изменениями в моде, не меняя своей индивидуальности [3].

Источники и литература

- 1) Школа Аналитики: <https://analitikishkola.ru/stati/moda-power/>
- 2) ЭКОэнергия: <https://www.ekoenergy.org/ru/how-polluting-is-the-fashion-industry/>
- 3) Яндекс Дзен: <https://zen.yandex.ru/media/mirmoda24/sledovanie-mode-kak-proiavljeni-e-individualnosti-ili-podrajanie-5b176faeefa27700a9eb4c7c>

- 4) Wonderzine: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/beauty/otherbeauty/218947-plastic-korea?from=readmore>