



На правах рукописи

Михалева Катерина Юрьевна

МОДА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

Специальность: 22.00.04 – Социальная структура,
социальные институты и процессы

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

- 7 ИЮН 2012

Москва – 2012

Работа выполнена на кафедре истории и теории социологии социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Добреньков Владимир Иванович

Официальные оппоненты: **Добрынина Валентина Ивановна**
доктор философских наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», профессор кафедры гуманитарных наук

Волкова Лариса Витальевна
кандидат социологических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина», доцент кафедры философии и социально-политических технологий

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российский университет дружбы народов», факультет гуманитарных и социальных наук, кафедра социологии

Защита состоится «22» июня 2012 года в 14.00 на заседании диссертационного совета Д 501.001.01 по социологическим наукам при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, МГУ, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 33, 3-й учебный корпус, социологический факультет МГУ, аудитория № 226.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Отдела диссертаций Фундаментальной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова по адресу: г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 27 (сектор «А», 8 этаж, к. 812).

Автореферат разослан 18 мая 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических наук, доцент



Соломатина Е.Н.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Актуальность выбранной для исследования темы определяется местом моды как социального института в жизни современного общества, значением этого института в контексте социальных процессов, разворачивающихся сегодня в мире.

Современные общества получают множество различных аналитических и метафорических обозначений в зависимости от того, какое из свойств берется в качестве основополагающего или представляется доминирующим для исследователя. Эти общества обозначаются как постиндустриальные, информационные, как позднекапиталистические или постмодерновые, как общества риска, как общества потребления, как сетевые и т.п. Каждый раз уже в самом наименовании мы имеем указание на определенную аналитическую характеристику современного общества, которая в теории дополняется и другими характеристиками. Более того, указанные характеристики можно выстроить в некоторую историческую последовательность по мере обретения обществом того или иного качества. Эта историческая последовательность обеспечивается посредством совокупности социальных институтов, сохраняющих и организующих социальное взаимодействие в пространстве и времени. К числу таких социальных институтов современного общества относится и мода.

В последние десятилетия указанные характеристики современных обществ дополняются новыми, такими как, индивидуализированное общество, «текущая современность», использование которых свидетельствует о попытках зафиксировать изменения, происходящие в социальных структурах современного общества. Эти изменения существенным образом воздействуют на процессы интеграции современного общества, трансформируют интегративные функции социальных институтов – усиливают интегративные функции одних и ослабляют интегративные функции других, изменяют их функциональность. В этом контексте многие социологи, например Э. Гидденс, говорят даже об «институтах-пустышках», к числу которых, например, относят, и институты современной политической демократии. Этот процесс ставит на повестку дня современной социологии вопрос о том, каким образом и посредством каких институтов

осуществляется интеграция в современных обществах и какова природа этих институтов, среди которых следует назвать и моду.

Актуальность социально-научного изучения моды определяется также ролью и значением моды как одного из процессов глобализации. Мода как глобализующий процесс самым тесным образом связана с экономической глобализацией, в первую очередь с тем ее сегментом, который образует механизмы современного потребления. Изучение моды имеет существенное значение и в контексте культурной глобализации. Современная социология правомерно уделяет первостепенное внимание унифицирующей функции моды в рамках процесса культурной глобализации. Культурная унификация сопряжена с процессами распространения современного знания, стандартов образования, форм культурного потребления и т.п. Все эти моменты культурной унификации ориентированы на унификацию символической сферы современного мира. В этом процессе важное место занимает мода, поскольку мода является средством трансляции символического содержания современной культуры.

Таким образом, актуальность темы исследования определяется, во-первых, необходимостью разработки социологической теории моды как значимого социального института современных обществ, внутренне связанного с их фундаментальными характеристиками. Во-вторых, потребностью в исторической реконструкции институционализации моды, ее эпохальных трансформаций, взаимосвязи с общими социально-историческими процессами. В-третьих, необходимостью социологического изучения базисных механизмов функционирования института моды, которая диктуется недостаточной изученностью в социологической теории таких механизмов. В-четвертых, актуальность диссертационной работы обусловлена недостаточной разработанностью социологической теории моды в современной социологической литературе как зарубежной, так и отечественной, в частности, отсутствием в отечественной социологии работ, рассматривающих современную моду как один из институтов глобализации.

Степень научной разработанности темы исследования. Мода изучалась и изучается различными социальными и гуманитарными науками – экономикой, социальной антропологией, историей, культурологией, психологией, социологией.

Каждая из этих наук исследует феномен моды со своей точки зрения, своими методами и создает свои теоретические построения. Более того, каждая из них по-своему определяет и предмет, и объект исследования. В большинстве своем, за исключением социологин, мода практически отождествляется с одеждой, ее символическим смыслом и историко-культурной обусловленностью. В особенной мере это относится к отечественной литературе¹.

В последние десятилетия сфера изучения моды расширилась за счет теоретической разработки вопросов модного дизайна, включающей в себя различные аспекты интерьера, жилой и промышленной архитектуры, предметов быта, офисного и производственного оборудования и т.д. Немалое внимание уделяется рассмотрению различных аспектов влияния моды на вопросы технической эстетики и промышленного дизайна². Большая группа исследований посвящена эстетическим проблемам моды, в которую входят работы как исторического, так и социально-философского содержания³. Особой темой является разработка проблематики модного вкуса и моды молодежных субкультур⁴.

¹ См.: Андреева А.Ю. Богомолов Г.И. История костюма: эпоха, стиль, мода (от Древнего Египта до модерна). СПб., 2001; Блейз А.И., Цалтыкьян Д.А. История костюма: от фараона до денди. М., 2001; Брун В., Тильке М. История костюма от древности до нового времени. М., 1997; Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2005; Васильев А. Русская мода: 150 лет в фотографиях. М.: Изд-во СЛОВО, 2006; Горбачева А.М. Костюм XX века. М., 1996; Горбачева А.М. Костюм средневекового Запада: От натальной рубахи до королевской мантии. М.: ГИТИС, 2000; Дудникова Г.П. История костюма. Ростов н/Д: Феникс, 2001; Ермилова Д.Ю. История домов моды: Учеб. пособие для высш. учебн. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003.; Исенко С.П. Костюм народов мира: Учебное пособие для студентов вузов искусств и культуры. М., 1998; Казбулатова Г.Х. Социокультурная динамика процесса формирования костюма. Уфа, 2000; Козлова Т.В., Ильичева Е.В. Стиль в костюме XX века. Учебное пособие для ВУЗов. М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003.; Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. В 4-х т. М.: Акад. Моды; СПб.: Чарт Пилот 2001; Степучев Р.А. Проблемы костюма как семиотической системы в коммуникации человеческого общения: Конспект лекций. М., 1991; Ятина Л.В. Мода как фактор формирования стиля жизни: диссертация кандидата социологических наук: СПб, 2001 и др.

² См.: Воронов Н.В. Очерки истории отечественного дизайна. М., 1998; Рунге В.Ф. Индустриальный дизайн постиндустриального общества и России. М., 1998; Творческие направления в современном зарубежном дизайне / Под ред. Е.В. Черневич и др. М., 1990; Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. М., 1995; Визуальная культура – визуальное мышление в дизайне / Под ред. В.Ф. Колейчука. М., 1990 и др.

³ См.: Бастрыкина Т.С. Формообразование как проблема философско-эстетического исследования (на материале дизайна костюма). Автореф. дисс. канд. филос. наук. М., 2000; Гизатулин Ю.Ф. Социальные функции моды. Пермь, 1994; Дегунова Л.А. Мода как социальная технология. Учебное пособие. Шахты: изд-во Юр ГУЭС, 2004; Конриженко М.К. Постмодернизм и реклама / Доклады II Всероссийского социологического конгресса «Русское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы». В 2-х т. М.: Альфа-М, 2004. Т.1.; Савельева И.Н. Закономерности гармонии в костюме народов России. М., 2002; Топалов М.Н. Социальные аспекты моды: мода и цивилизация. М., 1991 и др.

⁴ См.: Богданова О.А. Молодежная субкультура: причины возникновения и ценностные ориентации. Ростов н/Д, 1990; Быть свободным. Мода как выбор и ответственность. Гатчина: СУДБ, 2000; Вангородская С.А. Мода как фактор социализации студенческой молодежи. – Автореф. дисс. канд. социол. наук. Белгород,

Социологический анализ моды существенным образом отличается от подходов других наук. Формирование социологического подхода к рассмотрению феномена моды как социального института, связанного со становлением современного общества, было инициировано уже в рамках методологических подходов, разрабатывавшихся в социологической классике. Специальным образом уже в XIX в. модой занимались Г. Спенсер, Г. Зиммель, Г. Тард⁵, а также Т. Веблен и В. Зомбарт⁶. В социологии XX - XXI вв. в работах Р. Барта, Ж. Бодрийяра, П. Бурдьё, Г. Блумера, Ж. Липовецки⁷ социологическое исследование моды расширилось. В их работах анализ моды был увязан с новыми тенденциями социального развития, становлением новой экономики, массового потребления, новых поведенческих образцов, новых форм символической интеракции. Среди новейших зарубежных социологических исследований моды следует отметить работы таких авторов, как Д. Крейн, Ю. Кавамура и др.⁸

Исследование моды в рамках российской социологии началось достаточно поздно. Основные исследования приходятся на вторую половину XX в. и представлены, прежде всего, работами А.Б. Гофмана, а также Е.Я. Басина, В.М. Краснова, Т.Б. Любимова, Л.В. Петрова, В.И. Толстых и др.⁹ Эти исследования чаще всего осуществляют анализ моды, по словам А.Б. Гофмана,

2002; *Добрымылова И.Г.* Молодежная мода как культурно-эстетический феномен второй половины XX века. Автореф. дисс. канд. наук. М., 2000; *Левина С.И.* Молодежная культура. М.: ВУЗ, 2002; *Михалевич К.Ю.* Молодежные субкультуры и высокая мода / Социология. 2005, №2. С. 119-130.; *Чибисова О.В.* От хиппи до хипстеров: эволюция контркультуры. Комсомольск-на-Амуре: ГТУ, 2009 и др.

⁵ *Спенсер Г.* Опыты научные, политические и философские. Минск, 1998; *Зиммель Г.* Мода // Избранное. Том 2. Созерцание жизни. М., 1996; *Зиммель Г.* Психология моды: социологический этюд // Научное обозрение. 1901, № 5; *Тард Г.* Законы подражания. СПб.: Общественная польза, 1892.

⁶ *Веблен Т.* Теория праздного класса. Изд. 3-е. М.: Книжный дом «Либроком», 2001; *Зомбарт В.* Народное хозяйство и мода. // Избранные работы. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005.

⁷ *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабошиных, 2003; *Бодрийяр Ж.-Р.* Общество потребления. М., 2006; *Бодрийяр Ж.-Р.* Символический обмен и смерть. М.: «Добросвет», 2000; *Бурдьё П.* О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002; *Бурдьё П.* Рынок символической продукции. – Вопросы социологии. № ¼, 1993, М.: Socio-Logos; *Блумер Г.* Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология. М.: Издательство Московского университета, 1984. С. 173-179; *Блумер Г.* Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология: РЖ/РАН ИНИОН. Центр. социал. науч. – информ. исслед. Отдел социологии и социальной психологии. М., 2008, № 2; *Липовецки Ж.* Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб.: «Владимир Даль», 2001.; *Lipovetsky G.* L'Empire de L'ephemere. Gallimard, 1987.

⁸ *Crane D.* Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing. Chicago: Univ. of Chicago press, 2000; *Kawamura Y.* The Japanese Revolution in Paris fashion. Oxford: Berg, 2004; *Kawamura Y.* Fashionology. An introduction in fashion studies. Oxford: Berg, 2005.

⁹ 2004; *Басин Е.Я., Краснов В.М.* «Гордиев узел» моды. // Мода: за и против. М., *Гофман Л.Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. СПб.: Питер, 1973; *Любимов Т.Б.* Мода и ценность. // Там же.; *Толстых В.И.* Мода как социальный феномен. // Там же; *Петров Л.В.* Мода как общественное явление. Л., 1974.

«как одну из форм, один из механизмов социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения»¹⁰.

Характерной чертой современной отечественной литературы, посвященной анализу моды, является отсутствие четко заявленной теоретико-методологической позиции, на основе которой осуществляется исследование. В результате в рамках исследований анализ моды как объемного и целостного социального феномена часто подменяется анализом одежды, а социологический анализ – антропологическим, социально-психологическим, семиотическим, а чаще всего – налицо соединение всех этих точек зрения под общим наименованием «полипарадигмальный подход».

Несмотря на интенсификацию современных российских исследований в области социологии моды эти исследования не преследуют цели построения социологической теории моды как социального института, роль и значение которого усиливается в современном мире.

Как зарубежная, так и отечественная литература по социологии моды обширна и имеет длительную историю. Вместе с тем, совершенно очевидна принципиальная невозможность завершенности и окончательности научного исследования по данной проблеме в силу принципиальной исторической открытости и незавершенности исследуемого процесса. Более того, правомерно констатировать усиление социальной роли, значения моды и модного процесса в современных обществах и в мире в целом. Это и диктует необходимость комплексного историко-социологического анализа и дальнейшей социологической разработки теории моды и модного процесса в современных обществах.

Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы на основе реконструкции процесса оформления и становления моды, выявления ее организационной структуры и социальных функций доказать, что мода является социальным институтом.

Для достижения поставленной цели в диссертации решаются следующие задачи:

- реконструировать историю формирования социологических подходов к исследованию моды и предложить их периодизацию;

¹⁰ Гофман Л.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. СПб.: Питер, 2004, С. 11.

- выявить и типологизировать основные теоретические позиции, сформулированные в рамках социологии моды;
- выявить специфику современного состояния социологии моды;
- обосновать наиболее адекватный теоретико-методологический подход к изучению моды как современного социального института;
- сформулировать на базе обоснованного теоретико-методологического подхода основные теоретические положения, раскрывающие социологическое содержание современного института моды;
- реконструировать социально-исторический процесс институционализации моды, выявить ее организационную структуру;
- определить функции моды и механизмы ее функционирования в рамках современного глобального сетевого общества потребления.

Объект диссертационного исследования – мода как явление социальной жизни.

Предмет диссертационного исследования – мода как социальный институт, его структура и функции.

Теоретическая база и методологическая основа диссертационного исследования. Теоретической базой диссертационного исследования стали труды классиков социологической мысли, представителей современной социологической теории обществ и социального изменения, теории социальных институтов, социологии глобализации, социологии культуры; труды представителей социологии моды как специализированной социологической дисциплины¹¹.

Методологической основой исследования служат общие логические и методологические принципы научного исследования, совокупность историко-

¹¹ Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Издательство «Весь мир», 2004; Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: «Логос», 2002; Бек У. Космополитическое мировоззрение. М.: Центр Исследований Постиндустриального Общества, 2008; Гидденс Э. Постмодерн // Философия истории. Антология. М.: Аспект Пресс, 1995; Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: «Весь мир», 2004; Гидденс Э. Устроение общества. М.: Академический проект, 2005; Добренков В.И. Россия и глобализация: Социологический анализ. М.: ИНФРА-М, 2006; Добренков В.И. Ценностно-ориентированная социология: проблемное поле позднекапиталистической методологии. М.: Академический проект, 2011; Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология. М.: Академический проект, 2009; Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000; Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007; Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006; Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000; Парсонс Т. О социальных системах. М.: Академический проект, 2002; Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды. М.: Издательство «Весь Мир», 1997; Осборн Р. Цивилизация. Новая история Западного мира. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2008; Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.

социологических, эмпирических методов социологического анализа, методы типологизации, институционального и структурно-функционального анализа.

Историко-социологические методы использованы в целях реконструкции разнообразных подходов к исследованию моды, разработанных в социологии моды на всем протяжении ее истории.

Методы феноменологического описания, типологизации, структурно-функционального и системного анализа использованы в целях выявления базисной структуры и основных функций моды как социального института. Эмпирические методы, такие как метод контекстуального анализа источников, метод традиционного анализа документов, статистический метод использованы в целях анализа функционирования моды в современных условиях.

Источниковой базой диссертационной работы стали нормативные исторические и текущие документы институтов, регулирующих модный процесс, таких как: La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, La Federation Francaise de la Couture, du Pret-a-Porter des Couturiers et des Createurs de Mode, Le Comite Colbert, Association Nationale pour le Developpement des Arts et de la Mode, The French Federation of Specialized Salons, Camera della Moda in Milano, The Council of Fashion in America (CFDA), The British Fashion Council и др.; периодические и специализированные издания, включенные в модный процесс, такие как: «Clothing and Textiles Research Journal», «ELLE», «Fashion Theory. The Journal of Dress, Body & Culture», «Fashion Weekly», «International Herald Tribune», «Journal du Textile», «Madame Figaro», «Social Science Aspects of Dress: New Directions» (Special Publications № 4, 5), «The Face», «The Fashion Business», «Profession Luxe», «Vogue», «Women's Wear Daily» и др.¹², каталоги международных выставок и Недель моды.

Эмпирической базой диссертационной работы послужил вторичный анализ эмпирических данных, содержащихся в исторических, эконометрических, статистических и других работах современных исследователей моды – историков и социологов моды, историков культуры¹³, материалов исследовательских центров

¹² См.: Book des Createurs. Paris: Boutiques International, 1997; Le Comite Colbert. Les Espoirs de la Creation, 2002/2003; Syndicat Confederation General du Travail/CGT, Press Release, July, 1998 ; The Fashion Guide: International Designer Directory. London: The Fashion Guide Limited, 1998 и др.

¹³ См.: Михалева К. Система моды. М.: Росспэн, 2010; Breward C. The Culture of Fashion. Manchester: Manchester University Press, 1995; Crane D. Fashion Design as an Occupation. // Current Research on Occupations

при Institut Francais de la Mode, Musee des Arts de la Mode et du Textile, London College of Fashion; эмпирические данные, содержащиеся в работах современных социологов и экономистов, занимающихся проблемами современного общества и процессами глобализации¹⁴.

Научная новизна диссертационной работы заключается в следующих результатах, полученных лично автором:

1. Впервые в отечественной социологической литературе в диссертации осуществлена историко-социологическая реконструкция разработанных в истории социологии теоретических воззрений на моду. Осуществлена историческая периодизация процесса изучения моды в социологии; выявлены и классифицированы основные теоретические позиции и интерпретации моды, сформулированные в процессе ее изучения.

2. На основе социально-исторического исследования показано, что социальный институт моды был неотъемлемой частью общего процесса модернизации европейских обществ, а современная мода представляет собой один из важнейших функциональных процессов, протекающих как в рамках национальных обществ, так и в глобальном масштабе.

3. Обоснован теоретико-методологический подход, который делает возможным комплексное исследование моды как социального института современных обществ, позволяющий исследовать моду в единстве функциональных и организационных аспектов.

4. Выявлены основные характеристики моды как социального института: проанализирована статусно-ролевая структура моды, оформленная в систему специфических институциональных организаций; выявлены и продемонстрированы функции моды, как универсальные, так и специфические.

and Professions, 8: 55-73, 1993; *Crane D.* Globalisation, Organizational size, and Innovation in the French Luxury Fashion Industry: Production of Culture Theory Revisited. *Poetics*, 24: 393-414, 1997; *De Marly D.* The History of Haute Couture: 1850-1950. NY.: Holmes and Meier, 1980; *De Marly D.* Louis XIV & Versailles. NY.: Holmes and Meier, 1987; *Grumbach D.* Histoires de la mode. Paris: Editions du Seuil, 1993; *Kawamura Y.* Fashionology. An Introduction to Fashion Studies. Oxford: Berg, 2005; *Steel V.* Paris Fashion: A Cultural History. Oxford: Oxford University Press, 1988; *Taylor L.* The Study of Dress History. Manchester: Manchester University Press, 2002; *White N.* Reconstructing Italian Fashion: America and the Development of the Italian Fashion Industry. Oxford: Berg, 2000 и др.

¹⁴ См.: Хелд Д., Гольдблатт Д. и др. Глобальные трансформации: политика, экономика, культура. М.: Практикс, 2004; *Dickerson K.G.* Textiles and Apparel in the Global Economy. Englewood Cliffs, NJ: Merril, 1995; *Readings in globalization*. Ed. *Ritzer G. & Atalay Z.* Wiley-Blackwell, 2010 и др.

5. На основе проделанного анализа предложено развернутое определение моды как социального института.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В истории развития социологии моды можно выделить два основных этапа: классический этап социологического анализа XIX – начала XX вв.; современный этап - второй половины XX – начала XXI вв.

Первый, классический, этап развития социологии моды связан, в первую очередь, с концепциями моды Г. Спенсера, Г. Тарда, Г. Зиммеля. Эти социологи заложили основы теоретического подхода к исследованию моды, как механизма интеграции и дифференциации, а также указали на основной механизм ее распространения – подражание. В работах Т. Веблена и В. Зомбарта было расширено социологическое понимание феномена моды. Эти социологи осуществили увязывание моды и потребления, а также выявили преимущественно экономические и социально-психологические механизмы ее распространения.

Современный этап развития социологии моды во второй половине XX – начале XXI вв. связан с именами таких социологов, как Г. Блумер, Р. Барт, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, Ж. Липовецки. Мода в работах этих социологов рассматривается в перспективе символического интеракционизма, структурализма и постмодернизма как символическая, знаковая совокупность социальных взаимодействий, структурируемых либо системой потребления, либо различными формами социального неравенства; как символический обмен. Основным итогом осуществленного в диссертации историко-социологического анализа моды как социального явления является вычленение социальных функций моды, которые совпадают с универсальными функциями социальных институтов.

Теоретические подходы, сложившиеся в социологии моды, при всей глубине осуществленного в их рамках анализа, не позволяют, однако, на взгляд диссертанта, объяснить ключевые моменты современного института моды - прежде всего, высочайший уровень организованности модного процесса, скорость и регулярность смены моды, независимую от ее реальной инновативности, а также выявить в полной мере ее функциональное содержание и социальное значение, механизмы ее широчайшего распространения и роль в современном глобализованном мире.

2. Наиболее адекватным подходом к изучению моды как социального явления, в соответствии с позицией диссертанта, является институциональный подход. С опорой на концепции социального института, разработанные в трудах Э. Дюркгейма, Г. Спенсера, Т. Парсонса, Р. Мертонса, Э. Гидденса¹⁵, а также в работах российских социологов В.Г. Гречихина, В.И. Добренкова, А.И. Кравченко, Г.В. Осипова¹⁶ и др., выявляются общие характеристики социального института как такового, важные с точки зрения анализа моды как социального института. Речь идет о таких универсальных характеристиках социального института, как наличие у него статусно-ролевой структуры, оформленной в систему специфических институциональных организаций, а также ряда функций, как универсальных, так и специфических, связанных с функционированием моды в конце XX – начале XXI вв.

3. Становление статусно-ролевой структуры, оформленной в систему специфических институциональных организаций, а также универсальных функций моды осуществляется в процессе ее исторического развития. Мода является поздним социальным институтом, оформившимся в период модернизации европейских обществ.

В диссертационном исследовании устанавливаются основные этапы институционализации моды. Выделяются пять основных этапов в процессе становления и развития института моды: XV - XVI вв. – «протомода» в Италии как часть общего процесса цивилизации, связанного с оформлением новых поведенческих кодов и регуляций поведения; XVII – XVIII вв. – становление французской модной системы не только как символического структурирования системы социального неравенства, но и как механизма осуществления культурного, политического и экономического доминирования Франции в Европе; XIX – первая половина XX вв. - институционализация моды и модного процесса в результате организационных трансформаций и нововведений; вторая половина XX в. – демократизация института моды в связи с широким распространением

¹⁵ Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990; Дюркгейм Э. Метод социологии.// Дюркгейм Э. Социология, ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995; Спенсер Г. Основания социологии, Т. 1-2, СПб, 1877; Философия Герберта Спенсера в сокращенном изложении Г. Коллинза. СПб.: Изд-е Ф. Паленкова, 1892; Giddens A. Sociology. Oxford: Polity Press, 1989.

¹⁶ Гречихин В.Г. Социологические очерки. М.: Канон-плюс, 2010; Гречихин В.Г. Управление социальными коммуникациями. М.: Канон-плюс, 2009; Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология. М.: Академический проект, 2009; Осипов Г.В. Введение в социологическую теорию. М., 2010.

массового производства, массового потребления, массовой культуры и рекламы; конец XX - начало XXI вв. - современный, новейший этап развития модной системы - институт моды становится глобальным, мода использует новейшие сетевые формы распространения и выполняет глобализирующие функции.

Временная, историческая эволюция моды осуществляется как эволюция содержания – содержания образов, символических порядков, типов поведения и потребления, образа жизни, а также как историческая смена источников и инициаторов модного процесса и эволюция институциональных форм ее организованного распространения.

Эволюция моды осуществляется также через территориальное расширение модного процесса, как распространение современной моды на различные культурные и государственные территории современного мира, как часть общего процесса глобализации посредством унификации образов, стилей жизни и потребления, а также посредством организационной и экономической экспансии модной системы на различные территории, находящиеся за границами ее социального и культурного происхождения.

4. Социально-исторический анализ института моды позволяют сформулировать следующие его черты:

- Мода изначально оформляется как организованный, целенаправленный и функциональный тип деятельности. Эта деятельность преследует социальные, культурные и политические цели, которые формируются и заявляются на уровне социальной и экономической политики. Результатом этой деятельности становится создание современного института моды.

- Мода как социальный институт удовлетворяет такую фундаментальную потребность общества, как потребность в символическом социальном порядке, она замещает собой функцию обычая в современных обществах. Она создает в обществе специфический, образный, символический порядок. В рамках этого порядка существует своя символическая система статусов, система коммуникаций, в нем оформляются ресурсы и средства для саморепрезентации и символического оформления индивидуальной и групповой идентичности.

- Мода – это социальный институт, обладающий системными свойствами. Смысл и содержание этого системного института раскрывается через историю его

возникновения и становления, через его социальную структуру, представляющую собой иерархизированную систему статусов и ролей, включающую механизмы внутреннего контроля, внешней адаптации и самовоспроизводства, оформленную как совокупность организаций, мероприятий и практик, таких как Федерация французских кутюрье, Комитет Кольбера, Недели моды и др.

- Осуществленный в диссертации анализ позволяет также выделить не только универсальные функции моды, свойственные ей как любому социальному институту (функции социальной регуляции, интеграции, коммуникации, социализации), выявленные уже классиками социологии, но и ее специфические функции.

- К специфическим функциям моды следует отнести функцию производства и поддержания символического порядка; функцию определения социального статуса; функцию определения и структурирования процесса современного потребления; функцию ускоренного устаревания предметов потребления, связанного с требованиями современного массового производства и его сетевой структуры; функцию глобализации.

5. На основе проведенного социологического анализа моды диссертант предлагает собственное определение моды как современного социального института. Мода – социальный институт обществ модерна, сменивший институт обычая традиционных обществ в области символической социальной дифференциации и потребления. Мода как социальный институт представляет собой статусно-ролевую структуру, образованную из организаций, групп, индивидуумов, мероприятий и практик, целью которых является создание в обществе образного символического социального порядка, организация и социальная легитимация процесса потребления, прежде всего как маркера социальной дифференциации. Мода как институт обладает рядом универсальных, а также специфических дополнительных функций, таких как культурная и экономическая глобализация, синхронизация процессов потребления и производства и др.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы.
Теоретическая значимость диссертационной работы определяется тем, что ее основное содержание и теоретико-методологические выводы могут быть

использованы в дальнейших научных исследованиях и теориях моды и модного процесса, а также социологических исследованиях современных институтов и процессов.

Практическая ценность диссертационной работы определяется тем, что собранный социально-исторический и фактологический материал, основные теоретико-методологические положения и выводы диссертации могут быть использованы в рамках подготовки общих и специальных курсов по общим проблемам современной социологии, социологии моды, а также учебных пособий, хрестоматий и учебных программ в ряде смежных с социологией дисциплин.

Теоретические положения, сформулированные в диссертации, могут быть использованы также в практической деятельности, в контексте социального, культурного и социально-экономического анализа и планирования, организации соответствующей сферы деятельности – производственной и коммерческой, а также в процессе выработки практических рекомендаций для подготовки и профессиональной ориентации трудовых ресурсов.

Апробация результатов исследования. Диссертация обсуждена на кафедре истории и теории социологии социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Основные положения диссертации нашли отражение в публикациях автора по теме исследования в количестве 6-ти научных работ общим объемом 9,1 п.л., в том числе научной монографии объемом 4,5 п.л., в 4-х статьях в научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ, общим объемом 4,5 п.л., а также в выступлениях диссертанта на конференциях «Ломоносовские чтения», «Ломоносов» в МГУ имени М.В. Ломоносова в 2010 г.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих ряд параграфов, заключения и библиографии. Объем работы составляет 214 страниц, список литературы содержит 204 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования и анализируется степень ее разработанности, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, характеризуются теоретико-методологические основы работы, указываются основные элементы ее научной новизны, формулируются положения, выносимые на защиту, раскрывается научная и практическая значимость полученных результатов.

В **первой главе «Историко-социологический анализ теорий моды»** осуществляется анализ социологических концепций моды XIX – XXI вв., выявляется их историко-социологическая специфика и демонстрируется, что все эти концепции моды являются частью общей социологической теории.

Первый параграф первой главы «Концепции моды в социологии XIX–начала XX вв.» посвящен анализу концепций моды Г. Спенсера, Г. Зиммеля, Г. Тарда, Т. Веблена и В. Зомбарта. Классический период в развитии социологии моды связан с ее развитием в рамках классической социологии и представлен теоретическими разработками, в первую очередь, Г. Спенсера, Г. Зиммеля, Г. Тарда. Их теоретические концепции моды отражают конкретную стадию формирования социологического понимания моды как социального явления во второй половине XIX в. В силу этого их позиция и терминология, используемая для описания и анализа моды, во многом схожа и исторически конкретна. Мода в рамках каждой из разработок предстает как явление многогранное, однако, в ее анализе возможно выделить устойчивые характеристики, позволяющие говорить о наличии общей перспективы или позиций.

Мода описывается или анализируется в терминах «формы приличия», или института у Г. Спенсера. Как форму жизни, «социальную форму удивительной целесообразности», основой которой служит психологическая тенденция к подражанию, рассматривает моду Г. Зиммель. Как один из видов подражания, которое осуществляется как на индивидуальном, так и на коллективном уровне, определяет моду Г. Тард. Мода участвует в процессах дифференциации и интеграции, становится способом индивидуальной и коллективной самопрезентации, является маркером индивидуального и коллективного социального статусов. Во всех теориях мода выступает альтернативой обычаю. Она

является механизмом новации и социального изменения как основная форма влияния одной группы на другую, одной нации на другую.

Концепции моды Т. Веблена и В. Зомбарта преимущественно увязывают социальное явление моды с процессом оформления в обществах модерна систем массового производства и потребления, появлением финансового капитала, роль которого возрастает, так же как и роль социальной группы, представляющей интересы финансового капитала.

Т. Веблен увязывает моду с появлением определенного типа поведения, характеризующего финансовую олигархию в обществах конца XIX в. – демонстративной расточительностью и демонстративной праздностью. Мода, с точки зрения Т. Веблена, – это ценность праздного класса и является формой демонстративного потребления. Вместе с тем, мода является феноменом, распространяющимся на все общество посредством механизма «просачивания».

В. Зомбарт подходит к исследованию моды аналогично Т. Веблену, с учетом таких аспектов нового промышленного общества, как формирование новых классов, новых социально-психологических настроений в обществе, развития массового производства и потребления, процесса урбанизации. Именно эти процессы определяют власть моды в общем процессе потребления, ее абсолютную всеобщность и динамичность. По В. Зомбарту, мода – «любимое детище капитализма», она вытекает из самой сущности капиталистической конкуренции, вынуждающей «производителя или торговца давать своим покупателям все самое новое».

Второй параграф первой главы «Концепции моды в социологии второй половины XX – начала XXI вв.» посвящен теориям моды Р. Барта, Г. Блумера, Ж. Бодрийяра, П. Бурдьё, Ж. Липовецки.

Социология моды второй половины XX в. существенно отличается от социологии моды первого периода своего развития. Она анализирует моду в новом контексте общественного развития, на новом этапе развития массового промышленного капиталистического общества, когда особую роль начала играть массовая культура и система массовых коммуникаций, культуриндустрия в самом широком смысле слова. К этому времени система знаковой, символической коммуникации с опорой на новейшие технические возможности заявила о себе в

полной мере. К этому следует добавить общие процессы демократизации, которые претерпели общества в XX в., урбанизации, а затем индивидуализации и «постмодернизации» сферы культуры. Неудивительно поэтому, что теоретико-методологическую основу социологических концепций моды второй половины XX – начала XXI вв. составили структурализм (Р. Барт), символический интеракционизм (Г. Блумер), структуралистский конструктивизм (П. Бурдьё), постмодернизм (Ж. Бодрийяр, Ж. Липовецки).

В концепции Р. Барта мода предстает как относительно автономная система культуры, как особая знаковая система, являющаяся компонентом более объемной социальной системы. Как автономная система культуры мода выполняет функции, аналогичные функциям литературы, она является «повествованием».

Концепция моды Г. Блумера укоренена в символическом интеракционизме как ее теоретико-методологическом основании. Согласно Г. Блумеру, мода – это механизм коллективного отбора, она «очень искусный механизм, позволяющий людям упорядоченным и унифицированным образом приспосабливаться к движущемуся и изменяющемуся миру, который потенциально полон анархических возможностей»¹⁷. Мода способствует «отстранению от уходящего прошлого и открывает двери предложениям по поводу будущего, но при этом подвергает такие предложения испытанию в коллективном отборе, приводя в соответствие с направлением пробуждающегося интереса»¹⁸. Она есть фундаментальный механизм формирования социального порядка в современном мире.

Социологическая теория моды Ж. Бодрийяра многопланова и многоаспектна, ключом к ее пониманию является осуществленный Ж. Бодрийяром анализ современного потребления и постмодернистская интерпретация современной культуры, знания и социального порядка. Ж. Бодрийяр утверждает, что мода занимает «привилегированное положение» в современных обществах, она представляет собой завершенную форму «политической экономии», мода может пониматься как самый поверхностный и одновременно самый глубинный из социальных механизмов – через нее «код властно сообщает всем другим областям свою инвестицию». Мода, как и рынок, представляет собой «универсальную

¹⁷ Блумер Г. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11, Социология: РЖ / РАН ИНИОН. М., 2008, № 2. С. 148-149.

¹⁸ Там же. С. 148-149.

форму», в которой «взаимообмениваются всевозможные знаки»¹⁹. Мода – это стадия чистой спекуляции в области знаков, где нет никакого императива когерентности или референтности.

Мода включена в логику социальной дифференциации и конкуренции через потребление. Именно структурная логика дифференциации делает из индивидов «персонализированные» существа, отличные друг от друга, но в то же время соответствующие общим моделям и кодексу. Различия социологически сочетаются в комбинаторике моды, а обмен различиями скрепляет интеграцию группы. Мода – это кодекс непрерывно изобретаемых знаков, это язык коммуникации и обмена, язык современных «различий», бессознательный механизм интеграции и регуляции. Действенность этого механизма состоит не в установлении равенства и равновесия там, где существовало противоречие, а в том, чтобы «вместо противоречия появилось различие», различие символическое. Решение социального конфликта в современных обществах состоит не «в уравнивании», а в «дифференциации» на уровне знака. Это и позволяет избегать социальных революций. Современные революции – это революции моды, они препятствуют осуществлению других революций, считает Ж. Бодрийяр.

Основу социологической концепции моды П. Бурдьё составляет методология структуралистского конструктивизма. Эта концепция моды связана с его теорией социальных полей и символического воспроизводства. Мода, согласно П. Бурдьё, – это специфическое социальное поле, обладающее собственной дифференцированной структурой, позиции внутри этой структуры связаны с особыми типами символического капитала. Это поле является частью совокупности социальных полей современного общества, а в плане использования соответствующих стратегий в борьбе за власть в этом поле оно схоже с высоко конкурентным политическим полем.

Концепция моды Ж. Липовецки выстраивается им в рамках в качестве компонента общей концепции общества постмодерна, где главными определяющими его понятиями, являются «индивидуализация» и «персонализация». По мнению Ж. Липовецки, пришло время отказаться от анализа моды «с помощью тяжелой артиллерии социальных классов», их различий и

¹⁹ Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. С. 169.

претензий, их символической борьбы. Моду следует рассматривать как выражение «человеческой индивидуальности», как желание индивида утвердить себя по отношению к другому. Ж. Липовецки констатирует, нарастающую социальную экспансию моды и ее процессов, определяет моду как «социоисторическую реальность», характеризующую Запад и современность, для которой характерны отрицание власти традиций и прославление власти новизны и изменений.

При всех понятийно-терминологических и содержательных различиях, которые мы встречаем при анализе и концептуализации моды в рамках социологии, можно указать на выявленные большинством социологов некоторые фундаментальные свойства моды как социального явления:

- Большинство социологов указывает на то, что мода участвует в процессах дифференциации и интеграции; объединяет группы и классы, с одной стороны, и отделяет их друг от друга, с другой; является специфическим социальным полем; участвует в процессах индивидуализации, в процессах «утверждения себя по отношению к другому». Это позволяет считать, что мода выполняет социально-интегративную функцию.

- Мода объединяет через потребление социальную, экономическую и культурную подсистемы общества, а значит, обладает системно-интегративной функцией.

- Мода участвует также в процессах символического оформления статуса, указывает, например, на принадлежность к «праздному классу», символически оформляет индивидуальность, обладает знаковой и символической природой. Это позволяет рассматривать моду как один из ценностно-нормативных порядков.

- Мода является компонентом культуры, она обладает творческой природой, является типом повествования, схожа с литературой, что свидетельствует о наличии у моды социализирующей функции.

Историко-социологический анализ, осуществленный в первой главе диссертационного исследования, позволяет определить моду как институт на основе тех функций, которые были вычленены и описаны социологами XIX – XXI вв. Вместе с тем, современные социологические исследования, посвященные теории института, свидетельствуют о недостаточности определения института только на основе функций. Задача поэтому состоит в том, чтобы исследовать

современную моду в перспективе современной социологической теории института и выявить его специфику как современного института.

Во второй главе «Структура и функции социального института моды» на основе рассмотрения общего социологического понятия социального института обосновывается, что мода представляет собой современный социальный институт. Для этого реконструируется исторический процесс оформления и становления этого института, осуществляется анализ системных свойств моды как современного социального института, выявляются его организационная структура и функции.

В первом параграфе второй главы «Понятие социального института в социологической теории» разрабатываются методологические основы рассмотрения социального феномена моды как современного социального института. В диссертации рассматриваются концепции социального института, созданные Э. Дюркгеймом, Г. Спенсером, М. Вебером, Т. Парсонсом, П. Бергером и Н. Лукманом, Э. Гидденсом, а также российскими социологами В.И. Добренко и А.И. Кравченко.

Социологическая реконструкция этих концепций убеждает, что ответы на вопросы о том, что такое институт, как и на основе чего возможна институциональная деятельность, каковы условия ее стабильного воспроизводства, в каждой конкретной крупномасштабной социологической теории даются новые ответы, в связи с чем в современной социологии создается новая понятийность. Эта новая понятийность так или иначе должна быть адекватна современным социальным реалиям и выполнять роль теоретического ориентира в социологическом исследовании. Когда речь идет о концепции социального института, то можно констатировать следующее:

- Все исследователи, занимавшиеся и занимающиеся данной проблемой, согласны в том, что социологический смысл социального института состоит в его интегративной функции, в том, что посредством институтов осуществляется упорядочивание и регулирование различных видов социальной деятельности во времени и пространстве.

- Все исследователи согласны в том, что интегрирование общества и его упорядочивание социальными институтами осуществляется на основе ценностно-нормативных, статусно-ролевых установлений и порядков.

- Любая социологическая концепция института должна содержать представления о механизмах контроля и реализации нормативных и ролевых установлений, о сохранении и поддержании института и институциональной деятельности во времени и пространстве.

Этот последний момент и является ключевым для любой социологической теории института. Если обратиться к истории социологической теории, то мы увидим, что у Э. Дюркгейма таким механизмом выступают социальная группа, которая создает норму и поддерживает ее на основе принципов справедливой интеракции, которая должна отвечать двум условиям: быть свободной и осуществляться как равный обмен. В структурном функционализме, в феноменологической социологии для решения этого вопроса создаются концепции институционализации. Э. Гидденс в своей теории указывает на механизм рефлексивного мониторинга. По нашему мнению, наиболее адекватный механизм поддержания институциональной деятельности и сохранения социального института был выявлен М. Вебером. В отличие от Э. Дюркгейма, М. Вебер в случае, когда речь идет об институциональной деятельности, подчеркивает ее принудительную, а не солидаристскую природу. Он специальным образом подчеркивает, что конститутивную роль при оформлении института играют «наличие рациональных установлений и аппарата принуждения». И то и другое требует подчинения, будь то рациональные нормы или рациональная организация.

Веберовский подход позволяет разработать такое понятие института, которое будет включать не только статусно-ролевой и нормативный порядок, но и укажет на систему организаций, обладающих соответствующими полномочиями, аппаратом управления и механизмами социального контроля. Именно организационные структуры социальных институтов, как считает диссертант, делают возможным их устойчивое воспроизводство и сохранение в пространстве и времени.

В свете сказанного одной из наиболее разработанных концепций социального института представляется концепция, предложенная в трудах

российских социологов В.И. Добренкова и А.И. Кравченко. В соответствии с их позицией, социальный институт предстает «гигантской социальной машиной (системой), существующей исторически длительное время, удовлетворяющей фундаментальные потребности общества, обладающей легитимной силой и моральным авторитетом, охватывающей большую совокупность явлений, выраженных с помощью статусов и ролей, социальных норм и санкций, социальных организаций (предприятий, университетов, фирм, агентств и т.п.), которые в свою очередь имеют персонал, аппарат управления, особые процедуры приема, закрепления и увольнения, многочисленные механизмы социального контроля, процедурные практики и т.п.»²⁰

Такое определение социального института относится к его развитому современному состоянию. Оно подчеркивает, что современные институты обладают системными характеристиками, поскольку система является совокупностью элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенное целостное единство. Социальный институт как любая система является структурированным целым, или обладает структурой – определенной моделью связей и отношений между элементами, а также иерархичностью – свойством каждого элемента образовывать из себя систему, т.е. становится подсистемой внутри более общей системы. В результате каждый институт может представлять как иерархия подсистем.

Не менее важным представляется то, что современные институты должны обладать и обладают системой организаций, посредством которых они поддерживают свою собственную устойчивость в пространстве и времени. Организации являются феноменом обществ модерна и их роль постоянно возрастает. В современных обществах, которые характеризуются как «индивидуализированные», как «текущие», как утратившие определенность и жесткую структурированность, а некоторые социальные институты характеризуются как находящиеся в упадке «институты-пустышки», роль и значение институциональных организаций возрастает многократно. Индивидуализация тем более требует поиска и разработки механизмов социального контроля.

²⁰ Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология. М.: Академический проект, 2009. С. 126-127.

Концепция современного института именно поэтому должна выстраиваться не только через указание на те функции, которые он, исходя из существующей социальной потребности реализует, не только через указание на статусно-ролевой и нормативный порядки, которые упорядочивают соответствующую институциональную деятельность, но и через выявление и социологическую артикуляцию организационно оформленных механизмов социального контроля. Эти организационные механизмы контроля и вся система институциональных организаций должны выступать, в том числе, в качестве «защитного пояса» самого института, дабы он не деградировал и не превращался в институт-пустышку.

С опорой на сказанное в диссертации мода исследуется как социальный институт, первично использовавший одежду в качестве своего наиболее очевидного материального выражения, а затем распространивший свои регулирующие механизмы на всю систему потребления. Противостоя первоначально статусной системе обычая и сословного закона, мода трансформировалась в развитый социальный институт, регулирующий потребление и стиль жизни, использующий в новых условиях первоначально заложенный в ней механизм символической статусной дифференциации. Статусное символическое потребление в эпоху модерна стало объектом регулирования со стороны оформлявшейся организационной модной системы, как специфического социального института. С точки зрения диссертанта, специфика моды как социального института состоит в том, что она изначально формировалась как институциональное и организованное социальное образование, обладающее системными характеристиками и выполняющее определенные общественные функции, а не как спонтанный и самопроизвольный процесс.

Второй параграф второй главы «Оформление статусно-ролевой и нормативной систем социального института моды» посвящен исторической и содержательной реконструкции первых этапов процесса институционализации моды. Мода как любой социальный институт обладает историей своего становления. Речь идет о социально-историческом процессе развития самого института моды, его статусно-ролевых и нормативных порядков, системы организационного контроля, механизмов адаптации, становлении его функций; речь идет также о процессах широкого территориального распространения моды на основе простого

культурного заимствования со стороны одних, и культурной колонизации, встроенной в общий процесс цивилизации - со стороны других. В этой перспективе в диссертации вычленяется пять основных исторических этапов в процессе становления моды как социального института, основные характеристики которых изложены в этом и следующих параграфах.

Мода, как и любой социальный институт, возникла в ответ на определенные социальные потребности, соответственно, социальная инновация, каковой стало создание модной системы, не было социально и исторически изолированным событием. Возникновение модной системы культурно, исторически, пространственно и технологически зависело от специфических обстоятельств и конкретных исторических запросов общества.

Первым этапом в историческом процессе формирования института моды, с точки зрения диссертанта, следует назвать эпоху Итальянского Ренессанса. Именно тогда нечто, что мы, уже с некоторой долей условности, можем называть модой или «протомодой», начинает обретать свои очертания, становится социально значимым феноменом. Вместе с подъемом культуры личных заслуг, выраженных в общественно-одобренном капитале, противостоящей традиции и обычаю, мода стала механизмом формирования социального престижа, инновации и конкуренции. Именно в эту эпоху впервые остро возникла потребность общества в новых механизмах социальной дифференциации, отличной от института обычая.

Формирование и институционализация модной системы шли рука об руку с изменениями в структуре европейского общества, прежде всего, с перемещением основных центров влияния. Соответственно, к XVI - XVII вв. центр инициации модного процесса перемещается во Францию, следуя за перемещением центра политического, экономического и культурного доминирования в Европе. С этим фактом связана целесообразность выделения второго этапа развития социального института моды. С помощью анализа конкретных исторических фактов в диссертации демонстрируется непосредственная связь процесса становления модной системы с государственной меркантилистской политикой Франции XVII в. Суть этой политики выражалась в нацеленности на организацию собственной индустрии роскоши с ее особой способностью генерировать зависть и вожделение, являвшихся мощнейшими стимулами потребления национальных товаров. С точки

зрения меркантилистов, положительный баланс торговли был необходимым элементом финансово-экономического благополучия страны, что являлось частью проекта политической гегемонии Франции в Европе. Таким образом, политические интересы и экономическая мотивация, а отнюдь не популярно растиражированная «природная тяга французов к прекрасному», были сильнейшими стимулами для концентрации производства товаров класса «люкс» во Франции и возникновения экономического базиса для формирования институционализированной модной системы.

В целях обоснования этого тезиса в диссертации исследуются конкретно-исторические факты, свидетельствующие о том, что государственная политика меркантилизма и патернализма в отношении модной индустрии, характерная для эпохи правления Людовика XIV, а также административно-экономическая деятельность министра финансов Франции Кольбера, направленная на концентрацию торговли предметами роскоши внутри Франции, заложили институциональные основы трехсотлетней гегемонии французской модной системы и, соответственно, основных организационных форм социального института моды.

Помимо этого, посредством формирования конкретных культурно-символических форм, а также самого принципа «модности» выраженного в материально-воплощенных образцах потребления престижного французского двора, целенаправленными государственными (на уровне монарха) усилиями был создан тип экспортно-ориентированной экономики в той ее области, которая требует, прежде всего, культурно-символического доминирования. Активно формировавшийся социальный институт моды продемонстрировал, таким образом, свой мощный потенциал, как источник символической, экономической и политической власти, причем, как внешней, так и внутренней.

Третий этап развития института моды непосредственно связан с процессом обретения ею организационно-системных характеристик в XIX – первой половине XX вв. В этот период мода оформляется как структурированная совокупность профессиональных организаций, норм, правил, коллективов. Такая модная система во многом является правопреемницей не только политики французского королевского двора, но и средневековой системы гильдий. Гильдии как

авторитетные социальные структуры управляли не только количеством и качеством производимой и продаваемой ремесленниками продукции, но и статусно-ролевыми характеристиками рынка труда, используя рычаги жестких профессиональных ограничений. Французская революция привела к отмене цеховых законов, однако, глубоко укорененные социально-культурные традиции и принципы цеховых ограничений оказали значительное влияние на способы институциональной самоорганизации членов современной модной системы, трансформировавшись в такие профессиональные организации, как Федерация парижских кутюрье или Комитет Кольбера. Эти новые организации взяли на себя организацию новых систем норм, правил, статусов и ролей. Все это придало моде институционально организованный характер.

Третий параграф второй главы «Современная организационная система института моды» посвящен исследованию формирования структурной основы социального института моды. Формирование этой организационной основы соотносится как с указанным выше третьим, так и со следующим, четвертым этапом (вторая половина XX в.) развития института моды, выделение которого представляется целесообразным в связи с демократизацией института моды, распространением массового производства, массового потребления и массовой культуры.

Институциональная структура моды сложилась посредством следующих процессов:

- создание профессиональной организации, дающей четкий социальный статус производителям моды;
- возникновение четкой иерархии внутри профессиональной группы создателей одежды (кутюрье; дизайнеры; модельеры, работающие на корпорации и др.);
- формирование важнейшего механизма распространения и смены моды на основе регулярных модных шоу, трансформировавшихся затем в Недели моды – основная институциональная практика современной моды, ее распространения и смены;

- создание и использование внешних адаптационных механизмов контроля за распространением моды – использование «звезд» индустрии кинематографа и шоу-бизнеса, профессиональной модной журналистики и т.п.

В диссертации подробно исследуется система модных организаций во Франции, рассматривается ее происхождение, основные характеристики и функции организации, являющейся центральной для всей модной системы. Этой центральной организацией следует считать Федерацию парижских кутюрье. Федерация парижских кутюрье служит организующим элементом французской системы моды, создает систему ограничений и требований для тех, кто является профессиональным создателем одежды. Организация диктует установленную систему правил и норм, обязательных для всех ее участников. Внутри этой структуры существует развитая система градаций и уровней статусов и ролей и, как следствие - четкое выделение положения самих кутюрье, находящихся внутри организации, по отношению к аутсайдерам системы - модельерам и портным, не принимающим в ней участие и, соответственно, обладающим более низким статусом.

В середине XIX в. именно кутюрье (члены группы профессиональных дизайнеров, объединенных в Федерацию парижских кутюрье) встали у истоков модных изменений. Контроль над процессом создания моды перешел в их руки, что сделало его организованным и регулярным, подчиненным стандартизированным практикам, суть которых состоит в создании системы распространения и смены мод. В диссертации исследуется эта система распространения и смены моды, осуществляется анализ основного содержания таких практик.

Следует подчеркнуть, что не существует моды ни как идеи, ни в качестве практического погребения без каналов ее распространения и смены. В современном обществе основным институтом распространения и смены моды служат Недели моды, широко освещаемые в прессе, на телевидении и в Интернете. До институционального закрепления традиции сезонных модных показов существовало множество других способов информирования клиентов о новомодных тенденциях: куклы, иллюстрации, журналы, промышленные ярмарки. Однако именно Недели моды стали основой современной модной

системы, важнейшей институциональной формой организованного устаревания нынешней моды и провозглашения новой.

Другими существенными каналами, агентами и механизмами распространения моды являются, как это показывается в диссертации, каналы легитимации моды, использующие «звезд», знаменитостей, а также гейткиперов - редакторов модных журналов и модных блогов в Интернете, журналистов, специалистов по маркетингу, PR и рекламе.

Четвертый параграф второй главы «Специфические функции современного института моды» посвящен анализу функционирования современной системы моды, который характеризуется как новейший, пятый этап развития института моды.

В диссертации исследуется мода как компонент и механизм системы потребления, анализируется место и роль социального института моды в современном обществе потребления. Диссертантом показано, что модная система расставляет социально-санкционированные ориентиры потребительского поведения. Она создает культ потребительского поклонения и веру в моду как не подлежащий критическому осмыслению закон жизни, согласно которому потребление модных товаров есть главное мерило успеха человека и цель его существования. При этом потребление должно отвечать принципу цикличности производства, поэтому поддержание в обществе веры в моду, в ритмичную, подчиненную цикличному времени моральную, а не материальную или технологическую устареваемость вещей, есть условие выживания производства, создающего рабочие места и доходы соответствующих групп населения. В настоящее время мода стала условием выживания огромных отраслей промышленности, так же как в свое время послужила условием их становления и разрастания.

Таким образом, мода как детерминанта потребления и стиля жизни становится сегодня одной из важнейших системообразующих практик, лежащих в основе современного социального устройства. Она включает механизм смены статусных маркеров, инкорпорированный в институты, структуры, включают совокупность мероприятий и практик, поддерживающих коллективное верование

в моду. Мода – не сфера потребления сама по себе, а основной механизм и мотор потребления и через него - производства.

Модная система является формой решения проблемы ускорения и синхронизации циклов производства и потребления. Модная система в том виде, в котором она сложилась, есть культурно–институциональная структура, лежащая в основе организационных форм экономической жизни. Например, система сезонных модных показов, рассмотренных в диссертации, представляет собой организационную инновацию, которая позволяет существовать экономике с необходимым уровнем производительности, превосходящим реальные потребности в товарах. Она создает систему морального (а не физического или технологического) устаревания вещей, оправдывающую производство все новых и новых товаров. В настоящее время мода является структурообразующим механизмом производственного процесса, стимулирующим сферу потребления посредством организации его циклов.

Другой важнейшей функцией современного института моды, рассмотренной в диссертации, является его роль и значение в современных процессах глобализации. Можно констатировать, что установление модной системы сделалось из регионального (европейского) явления универсальным, глобальным. Следует отметить, что, с одной стороны, глобализация может быть вписана в структуры институтов и модели повседневного функционирования обществ, таких, например, как модные институты. С другой стороны, модная система, как институт культурного доминирования и навязывания стандартов потребления, послужила одной из основ процесса глобализации.

Мы можем рассматривать модную систему как одну из инфраструктур, которые обеспечивают движение глобальных потоков, структур и отношений и способствуют им. Инфраструктуры могут быть материальными, регулятивными, правовыми или символическим, но в большинстве сфер инфраструктуры являются некоторой комбинацией всех этих типов воздействия²¹. Модная система является именно такого рода комбинацией всех этих типов.

²¹ См.: Хелд Д. и др. Глобальные трансформации. Политика, экономика и культура. М.: Праксис, 2004.

Мы можем говорить о глобализации социального института в ситуации, когда появляются инфраструктуры и институты передачи, воспроизводства и восприятия этого социального института в глобальном – межрегиональном и межконтинентальном – масштабе. В этом смысле моду можно считать одной из самых ранних форм экономической глобализации, т.к. трансконтинентальная торговля XVI-XVIII вв., с которой глобализация начиналась, ограничивалась в основном предметами роскоши, составлявшими основной первоначальный объект модного регулирования.

В настоящее время модная система создает важнейшую символическую структуру глобальной экономики, функционально включенную в глобальную сетевую экономику. Модная система стала механизмом, который обеспечивает инфраструктурный контроль всей системы потребления.

Следует также подчеркнуть, что глобализующая функция моды сопряжена с рядом дисфункциональных моментов. Сетевая глобальная экономика, с ее ориентацией исключительно на доходность капитала, продиктованной раздутым финансовым пузырем, все чаще делает творческий труд кутюрье нерентабельным придатком международной сети, зависящей от эксплуатации тысяч рабочих в странах с низким уровнем социальной защиты. Гибкость транснациональных сетей - лишь оборотная сторона безрассудного расходования человеческих ресурсов на цели соответствия модным стандартам, а на самом деле, соответствия коммерческим интересам.

Мода, таким образом, очевидно демонстрирует себя как один из фундаментальных глобализационных процессов современного мира, действующий посредством структурирования и оформления стандарта потребления, а также оформления соответствующего сегмента рабочей силы в единую глобальную систему.

В Заключение подводятся итоги диссертационного исследования, делаются обобщающие выводы.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в ведущих рецензированных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации:

1. Михалева К.Ю. Молодежные субкультуры и Высокая мода // Социология. 2005. № 3/4. С. 119-130.

2. Михалева К.Ю. Становление системы мировой модной практики: историко-институциональный анализ // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2007. № 1. С. 132-156.

3. Михалева К.Ю. Концепции моды в классической социологической теории: часть первая (Г. Спенсер, Г. Зиммель, Ж.-Г. Тард) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2011. № 3. С. 68-87.

4. Михалева К.Ю. Концепции моды в классической социологической теории: часть вторая (Т. Веблен, В. Зомбарт) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2011. № 4. С. 191-207.

Монография:

5. Михалева К.Ю. Система моды. М.: РОССПЭН, 2010. - 137 с.

В других научных изданиях:

6. Михалева К.Ю. Социальная природа моды и процесс глобализации // Материалы XVII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов – 2010». Секция «Социология». М.: МАКС Пресс, 2010. С. 51-52.

Отпечатано в копицентре « СТ ПРИНТ »
Москва, Ленинские горы, МГУ, 1 Гуманитарный корпус.
e-mail: globus9393338@yandex.ru тел.: 939-33-38
Тираж 100 экз. Подписано в печать 18.05.2012 г.