

Мода как средство идентификации среди и молодежи
Тосунян Мамикон Амбардзумович

*Ереванский Государственный Университет, философии и психологии, Ереван,
Армения
E-mail: mamikont@gmail.com*

Мода как средство идентификации среди и молодежи

Современные исследования социально-психологического аспекта моды приобретают все большее значение, так как влияние моды практически безгранично и распространяется на практически все сферы социальной жизни человека, культуру, восприятие, поведение. Под влияние моды может подпасть все и вся. Обычно термин «мода» в бытовом понятии связан с внешностью человека (одеждой, прическами, макияжем и т.д.), однако влияние моды распространяется далеко за пределы внешности и стиля жизни. Вне бытового уровня влияние моды настолько явно, что вовсе не уменьшает силу модного воздействия. По мнению некоторых исследователей, под влияние моды часто подпадают искусство и архитектура. Объектом моды выступают разные философские, религиозные, социальные учения. Моде подвержены и многие научные течения.

По данным некоторых исследований, мода одна из причин распространения среди молодежи табака и наркотиков. Одновременно наблюдается и обратное влияние моды, которое помогает помогает избавлению от алкоголя и табакокурения. Такое влияние активно используется в многих странах для антитабачной и антиалкогольной пропаганды. В настоящее время под влияние моды активно подпадает пищевая сфера, влияя на пищевой рацион и способы приготовления пищи.

Наиболее активными категориями, подверженными под влияние моды считаются женщины и молодежь. В особенности под влияние моды подпадают молодые люди, которые особенно нуждаются в процессе становления Я и мировоззренческих установок в самопознании и апробации разных социальных ролей. Вследствие чего, молодые люди особенное внимание уделяют собственной внешности, одежде, стилю. Пищевые расстройства, в частности анорексия, в этом возрасте зачастую обусловлены социальным влиянием. Молодые люди часто в качестве эталона выбирают известных людей, звезд шоу-бизнеса, певцов, спортсменов, с которыми, хотя бы внешне пробуют идентифицироваться. Мода большое влияние оказывает на социальное восприятие и поведение молодежи. Мода динамична и изменяясь меняет и установки молодежи, вследствие чего исследование социально-психологического аспекта моды как средства идентификации среди молодежи вполне обоснованно.

В ходе проведенного мной исследования, целью которого было изучение влияния моды на молодежь: связанные с модным ассоциации и воздействие моды на восприятие собственной внешности, были получены следующие результаты. В своей повседневной жизни, поведении и представлениях молодых людей (в возрасте 16-21 лет) большую роль играют нынешние критерии моды. «Модный» в представлениях молодых людей ассоциируется с красивым, значимым, желанием быть похожим на модный объект. Идеальная внешность в представлениях молодежи обусловлена нынешними

модными тенденциями. Идеальные пропорции тела и вес, в особенности для представителей женского пола сильно детерминированы модой. В рамках исследования было исследовано ВМІ (body mass index) молодых людей, т.е. соотношение веса тела с ростом и возрастом человека. Вес 67% участников исследования находился в пределах нормы, однако 21% участников хочет похудеть. Среди участников исследования женского пола 58,2% весят в норме, однако из них только 7,4% довольны своим весом. 29,8% девушек весят ниже нормы, однако 10,4% участниц исследования весят ниже нормы и хотят еще похудеть.

Данные исследования свидетельствуют о том, что мода довольно сильное средство для идентификации среди молодежи. Следует более осторожно относиться к модным тенденциям и более ответственно создавать модные эталоны, так как эталоны выходящие за рамки нормы могут причинить вред здоровью молодежи.

Литература

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Практические законы поведения человека в социуме. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002
2. Гофман А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения. 3-исд.- СПб.: Питер, 2004
3. Каневский Е.Н. Формирование вкуса покупателя.-М.:Знание.1981
4. Килошенко М. И. Психология моды: Учеб. Пособие для вузов. М.: Издательство Оникс, 2006
5. Орлова В. Н. Мы и мода. М.: Знание, 1982
6. Петров. Л. В. Мода как общественное явление. Л., Знание 1974