

**Влияние моды на социальное поведение студентов**

**Шархатова Жаннат Асылбековна**

*Студент*

*Астраханский государственный университет, Факультет социальных*

*коммуникаций, Астрахань, Россия*

*E-mail: spring44@mail.ru*

Мода не стоит на месте. Она постоянно развивается. Наиболее чуткими к моде являются представители молодого поколения. Если раньше считалось, что мода заставляет людей подражать другим и копировать элементы одежды, прически, стиля жизни, то сегодня можно говорить о том, что это «подражание другим» трансформировалось в «подражание себе». Молодежь использует внешние формы идентификации, и в этом случае мода выступает в качестве инструмента интеграции поведения социальных групп.

Еще до возникновения социологии как самостоятельной науки ученые заметили, что мода способна оказывать влияние на общество. Так, Гегель считал, что мода оказывает положительное влияние на нравы французов [1]. И. Кант, напротив, полагал, что мода порабощает человека и стирает его индивидуальность [2]. А. Смит называл моду своего рода обычаем, способным управлять обществом [3].

Мода, как правило, зарождалась в высших слоях общества, поэтому поистине модными считали богатые люди, представители элиты. Однако сегодня понятие моды изменилось. Вместе с ним и изменилось понятие «модный».

В 2012 г. было проведено социологическое исследование, целью которого явилось изучение влияния моды на социальное поведение студентов. Сегодня для студентов важно быть не модным, а стильным. Если раньше мода подразумевала массовое следование тенденциям, то в 21 веке важно иметь собственный стиль, подчеркивать индивидуальность. Так среди основных мотивов следования моде среди студентов можно выделить желание ощущения комфорта (34%) и подчеркивание собственной индивидуальности (32%), а также демонстрация принадлежности к «модным» (21%).

Нежелание подражать другим выражалось и в том, что среди студентов не были названы референтные группы. Лишь малая доля студентов назвали своих идеалов для подражания (39 %).

В ходе исследования были определены наиболее популярные источники информации о событиях в модной индустрии, модных тенденциях. Ими стали Интернет, телевидение, друзья и знакомые. В последнее время возрастает роль Интернета в приобщении молодежи к моде. Студенты используют Интернет не только в целях получить необходимую информацию, но и заказать одежду и другие товары, пользуясь услугами различных электронных каталогов.

В ходе исследования были также выявлены модные предпочтения студентов. Наиболее распространенными стилями одежды стали casual (29%), романтический (23%) и элегантный (23%), а также спортивный (13%) стили.

По завершении исследования были выделены 3 типа модного поведения студентов:  
а) «модообожатели» – студенты, которым очень важно следовать моде, стремящиеся быть впереди всех, быть идеалом для подражания, интересующиеся модными ново-

стями. Им важно мнение окружающих. Мода для них является неотъемлемой частью жизни и важной средой социализации.

б) «беспристрастные» – студенты, которым неважно, что происходит в модной индустрии. Их мнение, вкус и стиль для них важнее всего. Они одеваются так, как им хочется. Равнодушно относятся к следованию моде.

в) «любители моды» – студенты, для которых мода не стоит на первом месте в иерархии ценностей, однако они интересуются модными показами, новостями. Им нравятся «модные» люди, хотя сами, возможно, себя к ним не причисляют. Они стремятся идти в ногу со временем, даже если у них это не получается. Они также пытаются выглядеть не хуже других.

Таким образом, мода в 21 веке – это процесс не гомогенизации, а индивидуализации, стремление выделиться, подчеркнуть свою индивидуальность за счет создания собственного стиля. Большая часть респондентов руководствуется собственными принципами и не пытается подражать кому-либо.

Однако результаты проведенного исследования не полностью отражают действительность. Процесс индивидуализации не всегда протекает удачно. Те, студенты, которые считают, что имеют свой стиль, подчеркивают индивидуальность, на деле же просто не обладают вкусом. Мы можем видеть, что большинство студентов приходят в университет не в подобающем виде, сравнимым с пляжным стилем. Можно иметь стиль, но при этом не нарушать правила дресс-кода. Тем не менее, мода – это важный инструмент социализации человека. Мода может породить стиль, а может и убить его. Однако мода выполняет, если и не главную, то и не маловажную роль в жизни студентов.

### **Литература**

1. Гегель Г. Энциклопедия философских наук. Философия духа./ Пер. с нем. Том 3./ Г. Гегель - М.: Мысль, 1977. – 1618 с.
2. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения./ Пер. с нем. Изд. 2/ И. Кант – М.: Наука, 1994. – 200 с.
3. Смит А. Теория нравственных чувств или опыт исследования законов, управляющих суждениями, естественно составляемыми нами сначала о поступках прочих людей, а затем и о своих собственных./ Пер. с англ./ А. Смит – М.: Республика, 1997. – 232 с.