

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра социологии регионов

**СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ
МОДЫ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 264 группы

направления 39.04.01 - Социология, профиль «Демография»

Социологического факультета

Ломоносовой Дарьи Александровны

Научный руководитель

Кандидат философских наук, профессор _____ И.А.Бегина

подпись, дата

Зав. кафедрой

кандидат философских наук, профессор _____ И.А.Бегина

подпись, дата

Саратов 2016

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Понятие «культура» трансформируется в зависимости от временной эпохи. Индекс изменения сопряжен с «фактурностью» жизни, ее составляющими, такими как потребности, возможности и т.д. мода влилась в культурную жизнь относительно недавно. Ранее, многочисленную «изученность», имели лишь структурные элементы моды, например, костюм, история его «рождения», системность внешнего вида, отдельных его частей и т.д. Но настоящее время – время изучения именно моды. Моды, как явления современной культуры. Что дает обоснованность существования и увеличения «модного дерева» и связи его с культурой любого человека, вне зависимости от пола, нации, обычаев, привычек.

Понятие моды у большинства людей ассоциируется с господствующей в течение короткого отрезка времени манерой одеваться, или со сменой одних эталонов внешних форм культуры другими. Однако современная мода не ограничивается одеждой или внешними формами культуры, она пронизывает весь образ жизни человека, охватывает широчайший круг явлений - экономику, политику, музыкальные и литературные пристрастия, речь, манеры, способы общения. Масштабы этого сложного и многогранного феномена таковы, что «трудно назвать такую область социально-экономической и культурной жизни, где бы не сказывалось его влияние».

Влияние моды имеет как положительные, так и отрицательные стороны. С одной стороны, с помощью моды можно стимулировать развитие производства товаров, совершенствовать структуру потребительского рынка. Человек - существо социальное, и внешний вид часто играет важную роль при установлении контактов и личных отношений, т. е. мода влияет на формирование внешнего облика индивида и его социализацию. В политическом отношении «модный фактор» также может сказаться на принятии судьбоносных решений, способных повлиять на будущее, также мода

связана и с проявлением ценностей в повседневной жизни общества. Мода служить одним из тех языков, на котором каждая культура сама «говорит» о себе.

Отрицательное влияние заключается в утрате индивидуальности личности, подмене истинных ценностей впоследствии возможных привести к деградации личности. Мода из века в век с предельной четкостью отражает общественное положение людей разного достатка, разных сословий, сохраняет классовые различия в жизни общества.

Современное общество отличается массовостью потребления. Это наблюдается во всех «структурных подразделениях» этой сложной системы. Начиная от низших слоев и заканчивая высшими слоями - все живут потребляя. Возможно, не каждый понимает, что это является идентификатором «модности». И сейчас, основными носителями модной одежды и пропагандистами моды является молодежь. Молодежь – активная, мобильная социальная группа, со своими ценностями, устремлениями, организациями, самосознанием и собственной культурой. «Реализуя собственные функции, молодежь обеспечивает сохранение целостности общества (преемственность), участвует благодаря своему инновационному потенциалу в его совершенствовании и преобразовании, а также передает (транслирует) обновленный опыт последующим поколениям». Модная одежда, индивидуальный стиль — неотъемлемая часть ее жизни. «Для многих людей модная одежда становится самостоятельной ценностью, а отсутствие ее наносит удар по самоощущению». Современная молодежь — своеобразный синоним к слову «мода», потому что модное поведение становится более значимым, предоставляет возможность определения, фиксации установок, вкусов, интересов и потребностей молодого человека.

Степень научной разработанности проблемы. Период конца XIX - начала XX века характеризуется огромным интересом к вопросам моды, который нашел отражение в появлении обширной литературы, посвященной истории одежды и моды, закономерностям их развития. Предметом

социологического анализа мода становится только в XIX в., когда сама социология оформляется как наука. Мода привлекала и продолжает привлекать к себе внимание представителей различных отраслей гуманитарного знания: философов, социологов, экономистов, культурологов, лингвистов, психологов, историков и др. Среди выдающихся зарубежных социологов, отводивших важное место изучению моды в своих работах, можно назвать Г. Тарда, Г.Спенсера, Г.Зиммеля, В.Зомбарта, Т. Веблена, Г. Блумера.

В современной отечественной социологической литературе анализу современного состояния моды в России посвящено значительное число публикаций. Б.Д. Парыгин, Б.Ф. Поршнев и др., обращаясь к теме моды, выявляют ее генезис и динамику как общественного явления. Также большой вклад в изучения феномена моды внесли А.Б. Гофман, Л. Ятина. Вместе с тем следует отметить мозаичный, фрагментарный характер публикаций о моде с позиций социологии. Проблема феномена моды является недостаточно изученной в Саратовском регионе, о чем свидетельствует небольшое количество публикаций на данную тему. Этим и обусловлен выбор темы, объекта и предмета конкретного исследования, формулировку его целей и задач.

Объектом исследования является мода как социокультурное явление.

Предметом исследования выступают особенности молодежной моды и ее социально - демографические детерминанты.

Целью выпускной квалификационной работы является выявление факторов, обуславливающих формирование типов отношения к моде и практикам соответствующего поведения в молодежной среде.

Для достижения этой цели необходимо решить ряд взаимосвязанных исследовательских задач:

1. определить гносеологический потенциал социально-демографических подходов к изучению моды как социального феномена;
2. выявить молодежную специфику интерпретации моды;

3. рассмотреть типологию потребителей модной одежды в молодежной среде;

4. обозначить социальную роль моды в молодежных стратегиях успешности;

5. раскрыть детерминанты отношения молодежи к модным тенденциям.

Научная новизна магистерской работы представлена в следующих позициях:

- проведен анализ парадигм исследования моды;
- раскрыты стандартные функции моды, в последствии, выявленные в проведенном исследовании;

- на основе проведенного эмпирического исследования изучены основные факторы, сопутствующие определению «личного» отношения к моде.

Научная и практическая значимость работы определяется тем, что полученные результаты и выводы могут способствовать углублению представлений о моде в обществе, соотношении моды и самовыражении личности во внешнем проявлении, могут быть использованы также в практической деятельности, в контексте социального, культурного и социально-экономического анализа и планирования, организации соответствующей сферы деятельности – производственной и коммерческой, оказать помощь по ее практическому использованию тем, для кого различные сферы модной деятельности являются объектом изучения.

Эмпирическую базу работы составили результаты социологического исследования, проводившегося в Саратове июле-августе 2015 года. Методом раздаточного анкетирования по гнездовой бесповторной многоступенчатой квотно - территориальной выборке было опрошено 200 человек в соотношении 52% женщин и 48% мужчин.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы магистерской работы были представлены на заседаниях кафедры социологии регионов социологического факультета Саратовского

государственного университета имени Н.Г. Чернышевского в 2014 - 2016 гг. и в докладах, с которыми автор выступил на следующих конференциях:

1. *Ломоносова Д.А.* *Мода – современная проекция языка.* Международная научно - практическая конференция «Дыльновские чтения» «Социологическая диагностика современного общества». Саратов, СГУ, 12 февраля 2014 года.

2. *Ломоносова Д.А.* «Мода как современный атрибут успешности молодежи». Всероссийская студенческая научно – практическая конференция «Социальные проблемы региона глазами студентов». Саратов, СГУ, 23-24 апреля 2015 года.

3. *Ломоносова Д.А.* «Изучение молодежной моды: социологическая транскрипция». Международная научно - практическая конференция «Дыльновские чтения» «Социологическая диагностика современного общества». Саратов, СГУ, 12 февраля 2016 года.

4. *Ломоносова Д.А.* «Молодежная мода как средство выражения социокультурной идентичности: современная практика». Научно-практическая конференция с международным участием. Первые Всероссийские Гуткинские чтения, посвященные 80-летию со дня рождения профессора Гуткиной И.М. «Пространство и бытие современной культуры: Теоретические и прикладные аспекты исследования», Саратов, СГУ, 19-20 апреля 2016 года

5. *Ломоносова Д.А.* «Поведенческие подходы к определению феномена моды». Всероссийская студенческая научно – практическая конференция «Социальные проблемы региона глазами студентов». Саратов, СГУ, 21-22 апреля 2016 года.

Структура работы. Магистерская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованных источников, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и

предмет, научная новизна исследования, выявляется научная и практическая значимость исследования.

Первый раздел *«Мода как объект социологических исследований»* носит теоретический характер. В нем рассматриваются основные концепции изучения моды.

Мода как феномен требует обращения к различным теориям, что позволяет объяснить ее всестороннее влияние на повседневную жизнь каждого. Отдельная теория отражает функциональные особенности изучаемого явления. «Мода отличает от других, мода помогает быть похожим на других, мода помогает демонстрировать свой статус и т.д.» - подобные «необходимости» служат прочной основой для систематизации всех теорий. Построение данной системы основывается на различных детерминантах. В концепциях подражания наблюдаются инверсные причины – подражать кому-то или быть не таким как все. Концепции демонстративного поведения имеют схожие «мотивы» с вышеописанными концепциями. Они основаны на желании показать свой статус и сопутствующие, прилегающие к нему атрибуты. Концепции коллективного поведения – это стремление экономической сферы, в особенности производителей товаров, угодить всем и каждому. Семиотический подход же акцентирует внимание на смысловом значении моды, модной одежды. Несмотря на различных фундамент всех представленных теорий, все они признают моду как явление современной жизни, как фактор, требующий очень серьезного отношения в цивилизованном обществе, так как имеет прямое влияние на экономическое и социальное развитие общества.

Общим для всех социологических концепций моды является признание моды как социального феномена, имеющего влияние на социум. Однако при объяснении социальных характеристик моды в различных теориях акценты существенно отличаются. Это связано, прежде всего, с тем, что в основе концепций моды лежат различные методологические конструкты, задающие соответствующий вектор исследования. Использование иных методологических оснований социологическими теориями моды приводит к

различным акцентам социальных свойств моды. Если в теории подражания выделяются подражательность, добровольность и универсальность (экстерриториальность) моды, то представители концепции «демонстративного потребления» добавляют к характеристике моды еще одно свойство – демонстрация принадлежности к элите. Для семиотического направления характерно видение моды как комбинаторики знаков и акцентирования таких характеристик моды, как знаковость и принцип подстановочности.

Анализ различных теорий, главным объектом которых выступает мода, позволяет предложить авторскую интерпретацию изучаемого феномена с позиций социологии. Мода – это многоуровневое стихийное социальное явление временного единства и массового распространения внешних форм культуры, отличающееся непродолжительным господством определенного типа стандартизированного массового поведения, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение, предметного окружения людей, возникающего преимущественно, под влиянием доминирующих в данный период и в данном обществе настроений, вкусов, увлечений.

Во втором разделе «Особенности моды в молодежной среде» приводятся результаты исследования, способствующие четкому определению моды и «личного отношения» к ней. Молодежная мода представляет собой временное единство и распространение внешних стандартизированных социально-культурных форм массового поведения, отличающихся стихийностью и влиянием доминантных в данное время и в данном обществе настроений, вкусов, стилей одежды и внешнего дизайна. В данном случае, мода является отражением индивидуальности каждого (36,2%). Подобное определение выступает причиной отказа следования моде (54%). При этом, большинство опрошенных относят себя к категории модных людей(41%), но, несмотря на это проявляют желание одеваться более модно, чем сейчас (55%). Данное желание вызвано финансовыми трудностями, ведущими к отказу от покупки новых, модных вещей (36,8%). В настоящее время для участников опроса важен внешний вид окружающих (32%), сопровождающийся

определенными чувствами. Наличие модной вещи характеризуется внутренним удовольствием, также как покупка новой вещи, которая совершается для того, чтобы сделать себе приятное (56,6%).

Несмотря на такой образец моды как собственный стиль (30%), информация о модных тенденциях вызывает интерес. Наиболее значимым являются печатные издания, как основной источник информации о моде (21,8%). Но данное значение не определяет частоту просмотра.

Таким образом, внутренний мир моды молодежи многообразен и выступает отражением внутренних проявлений каждого отдельно. Мода становится полифункциональной, и роль ее в жизни каждого определяется как состоянием общества, так и характеристикой самого себя.

Третий раздел *«Факторы моды как инструмента самореализации и социальной интеграции молодежи»* посвящен анализу результатов проведенного исследования, но в соотношении с социально-демографическими характеристиками.

Полученные результаты свидетельствуют о влиянии социально-демографических характеристик на отношение к моде, ее трактовки в определённых проявлениях. Так, не вполне привычно определение моды мужчинами, которые в первую очередь направлены на демонстрацию своего положения (4,3%), своего статуса, покупая «модную новинку» для приобретения чувства удовольствия. При этом мужчины полностью отрицают влияние моды на жизненный успех, на карьерный успех (53,8%), в отличие от женщин, признающих важность моды в процессе становления успешного человека (53,7%). Респонденты в возрасте от 15-25 лет не рассматривают актуальность моды в процессе карьерного роста, нежели респонденты 26-33 лет, признающие важность функций и возможностей изучаемого явления. Свой собственный стиль в одежде остается единым эталоном моды независимо от каких-либо социально-демографических характеристик. Причины проявления интереса к модным тенденциям в зависимости от возраста меняются, для кого-то важнее будущее и потенциальные возможности, для кого-то важнее

изменить свое положение с помощью одежды, для кого-то настоящая карьера. Единство мнений по данному вопросу также не наблюдается в зависимости от пола респондентов. Женщины убеждены в проявлении индивидуальности, в «выделении из толпы» (29%). Мужчины в свою очередь, усматривают четкую причинно-следственную связь между изучаемым явлением и развитием «самого себя» как всесторонне-развитой личности (28,5%). Популярные категории причин следования моде в сопряжении с половой принадлежностью респондентов, т.е по мнению мужчин и женщин, находят место и в сознании опрошенных независимо от их возрастной категории.

В заключении подводятся итоги, делаются выводы.

В приложении представлен инструментарий исследования (анкеты, таблицы и графики по теме исследования).

Основное содержание работы изложено в следующих публикациях автора:

1. *Ломоносова Д.А.* Мода – современная проекция языка// Материалы Международной научно - практической конференции «Дыльновские чтения» «Социологическая диагностика современного общества». Саратов, СГУ, 12 февраля 2014 года. Саратов: Издательский Центр «Наука», 2014. С.198-199.

2. *Ломоносова Д.А.* Поведенческие подходы к изучению феномена моды // Регион глазами студентов: Межвуз. Сб. науч. работ студентов /Под ред. Н.В.Шахматовой, И.А.Бегининой. – Саратов: Изд-во Издательский Центр «Наука», 2016.- Вып.15.- С.124-126.

1.