

УДК 304.44

СТРАТЕГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ «МОДНОГО ОБРАЗА» СОВРЕМЕННЫМИ СТУДЕНТАМИ

© Зарипова А.Р., Корсун М.А.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: weekfor@mail.ru

Жизнь современного общества невозможно представить без моды, поскольку феномен моды – неотъемлемая часть проявления эстетических отношений культуры. мода – это существующее в определенный период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры: стилю жизни, обычаям, поведению, одежде. Конечно же, при употреблении этого слова мы обычно имеем в виду одежду, поэтому между ними часто ставится знак равенства. Именно одежда, в отличие от других предметов и форм культуры, универсальна в использовании и легко изменяется. В ней человек способен выражать свое художественное мировоззрение. Идеология «общества потребления» способствует росту ее престижа в обществе, так как одежда лучше всего отвечает требованиям знаковых функций в социальной системе [1]. мода регулирует отношения между людьми, занимающими различное положение в социальной иерархии, поэтому она является одним из значительных социальных феноменов. мода чувствительна к малейшим изменениям в обществе и выступает в роли своеобразного эталона эпохи. Она проявляется в социальном поведении и формируется под влиянием многочисленных социальных факторов [2]. В то же время человек всегда оценивает существующую моду и сам принимает решение, следовать ей или нет. Это решение зависит от ряда психологических характеристик, таких как потребность в самовыражении, уверенность в себе, стремление к новому или боязнь изменений [3].

Объектом исследования являлись студенты в возрасте от 18 до 25 лет. Предметом исследования стало изучение стратегий конструирования «модного образа» современными студентами. Целью моей работы было выявление стратегий конструирования «модного образа» современными студентами. В исследовании был использован метод полуструктурированного интервью. В ходе исследования целевой выборкой служили информанты в возрасте от 18 до 25 лет. В исследовании были выделены две группы: девушки и юноши. В каждой группе было опрошено по 4 человека.

Исходя из полученных ответов, было видно, что большинство студентов ассоциируют моду со стилем, брендами, новыми тенденциями и с чем-то популярным. Интересно, что все юноши придерживаются одинакового мнения. Напротив, у девушек наблюдается расхождение в ответах. Для одной мода – это самовыражение и защита, другая считает, что мода – это своеобразная эстетика. Как ни странно, большинство опрошенных не считают себя модными. Однако четверть опрошенных считают себя модными лишь наполовину. Также несколько информантов ответили, что не следуют иногда модным тенденциям из-за нехватки денежных средств.

В университет большинство студентов предпочитают надевать комфортную удобную одежду. Идеальный образ на встречу с друзьями у юношей такой же, как и в университет. У девушек наблюдалось расхождение в ответах. Большинство девушек предпочитают одеваться по-другому, чем они ходят в университет. На свидание в ресторан большинство юношей предпочитают одеваться официально, например в брюки с рубашкой. Что касается девушек, то на свидание они предпочитают надевать

более сложные, заранее обдуманые наряды. Когда мы начинали спрашивать студентов про их идеальный образ на собеседование, они оживлялись, некоторые ответили, что это актуальная для них тема. Большинство студентов ответили, что оделись бы так же, как и в университет, или так же, как и в ресторан, делая акцент на классике.

Мы установили, что большинство студентов считают, что одежда влияет на карьерный рост. Затем мы привели студентам высказывание Дональда Трампа: «Одеваться следует для той работы, которую вы хотите иметь, а не для той, которую имеете». Большинство согласилось с этим высказыванием, объясняя свою позицию тем, что человек должен стремиться к большему, приучать себя к новым привычкам, которые помогут ему стать лучше и добиться успеха в карьере. Далее нам было интересно выяснить, если студент будет выделяться в толпе, то как он на это отреагирует. На вопрос «Если бы все вокруг были одеты в серые майки, а на вас была бы красная майка, как бы вы себя чувствовали?» был представлен выбор ответов. Большинство студентов ответили на данный вопрос «неуютно», поскольку многие не привыкли выделяться.

Также мы выяснили, что большинство студентов при знакомстве с человеком обращают свое внимание на его одежду. Однако многие студенты не придают ей особого значения. Возможно, это связано с тем, что большинство студентов столкнулись с проблемой, описанной в следующем вопросе «Бывает ли так, что люди, умение одеваться которых вы оцениваете весьма высоко, при близком знакомстве оказываются скучными и неинтересными?», где четверть студентов ответили, что это зависит от круга общения, т. е. смотря с кем вы общаетесь и где вы находите новые знакомства.

На вопрос, «Как вы думаете почему люди пытаются модно одеваться?» большинство студентов ответили, что таким образом люди самовыражаются. Большинство девушек ответили, что модная одежда придает им уверенности в себе, но это зависит от денежных средств. Для юношей модно одеваться – это способ самовыражения. Чуть более половины студентов считают, что умение модно одеваться привлекает противоположный пол. Мнение девушек и парней разделились по поводу того, важно ли им, как одевается их партнер. Всем опрошенным парням абсолютно это неважно. Напротив, большинству девушек важно, чтобы их партнер хорошо одевался. Все опрошенные парни ответили, что могут несколько дней ходить в одном и том же, но одежда должна быть опрятной и чистой. Девушки же не всегда готовы носить одежду несколько дней подряд.

Мы выяснили, что для парней основным источником дохода является стипендия и подработка. Для девушек – подработка и деньги родителей. Таким образом, большинство парней привыкли покупать одежду себе самостоятельно, без денежной помощи от родителей, девушки, наоборот, склоны чаще обращаться за денежной помощью к родителям. Также мы выяснили, что парни тратят малую часть дохода на одежду, поскольку они редко покупают себе новые вещи. Девушки же тратят большую часть денег на обновление своего гардероба. Но также наблюдается тенденция, что с пандемией девушки начали тратить все меньше денег на одежду.

Библиографический список

1. Косицкая Ф.Л. К вопросу о переводе специальных текстов (на материале французского каталога моды) // Вестник ТГПУ. 2013. № 10 (138). С. 99–102.
2. Косицкая Фаина Леонидовна Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник ТГПУ. 2014. № 4 (145). С. 22–27.
3. Твердохлеб М.В. Мода как социально-психологический феномен // Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. М., 2007. С. 1–2.