

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА

Студенчество – одна из наиболее динамичных социальных групп, обладающая большим деятельностным потенциалом, потенциалом социальной активности.

Даже в пределах одного государства данная социальная группа представляется довольно неоднородной, тем не менее она обладает некоторыми общими признаками, связанными с ценностными ориентациями, потребностями, материальными возможностями, стилем жизни и прочими. Для стиля жизни современного студенчества характерна повышенная активность в сфере досуга.

В целом, вместе с возрастанием исследовательского интереса социологов к стилю жизни как детерминанте социальной общности, возрастает и внимание к потреблению, потребительским диспозициям и практикам. Можно сказать, что потребление стало особой социокультурной характеристикой любой социальной группы, напрямую связанной с образом и стилем жизни членов этой группы, конструированием ее будущего, мотивацией деятельности [1, с. 11].

Те или иные модели потребительского поведения отражают особенности культуры потребления, поэтому превалирование определенных моделей является не только «барометром» настроений студенчества, но и индикатором состояния всего общества. Исследование культуры потребления современного студенчества, выраженной в определенных моделях потребительского поведения, является актуальной задачей социологии, так как именно социология изучает изменения в культуре во взаимосвязи с обществом, и, следовательно, в самом обществе.

В ходе написания тезисов нами был проанализирован ряд работ современных социологов, исследующих потребительское поведение [2; 3]. Особое внимание привлекла кандидатская диссертация Е. Н. Нарховой [3]. Исследовательница делает интересные выводы, на основе которых можно сказать, что современное студенчество, как и все общество, находится на стадии формирования новых характеристик культуры потребления. Основными их чертами являются многоаспектность, противоречивость и неустойчивость. Главной доминантой в культуре потребления выступает рациональный, разумный подход к окружающему вещному миру и духовным ценностям. Необходимо отметить, что ядром этого подхода служит опора на традиционные духовные ценности и смысложизненные установки.

Ссылаясь на работу Е. Н. Нарховой, можно выделить следующие модели потребительского поведения студентов [3, с. 102]: рациональная, экономная, демонстративная, компенсаторная и стихийная. Использование данных методологических конструктов в целях анализа детерминант потребительского поведения современного украинского студенчества представляется весьма целесообразным и заслуживает отдельного социологического исследования.

Список использованных источников

1. Бек У. Общество риска: На пути к другому модерну / У. Бек. – М. : Наука, 2000. – С. 10–33.
2. Лисаускене М. В. Поколение next – прагматичные перфекционисты или романтики потребления / М. В. Лисаускене // Социол. исслед. – 2006. – №4. – С. 111–115.
3. Нархова Е. Н. Культура потребления современных российских студентов : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Е. Н. Нархова. – Екатеринбург, 2006. – 177 с.