

УДК 316.7:658.114

Шапошникова І.В.

доктор соціологічних наук, професор,
Херсонський державний університет

СУЧАСНІ СПОЖИВЧІ ПРАКТИКИ СТУДЕНТСТВА

MODERN CONSUMER PRACTICES STUDENTS

АНОТАЦІЯ

Автор у статті висвітлює результати проведеного соціально-економічного дослідження споживчих практик сучасних студентів на прикладі студентів Херсонських ВНЗ. Доведено, що споживчі практики сучасного студентства виражаються не лише в активній купівельній позиції, але і в заміщенні громадських, освітніх, соціальних і дозвілєвих практик.

Ключові слова: дослідження, споживчі практики, студентство, вищі навчальні заклади.

АННОТАЦИЯ

Автор в статье освещает результаты проведенного социально-экономического исследования потребительских практик современных студентов на примере студентов Херсонских ВУЗов. Доказано, что потребительские практики современного студенчества выражаются не только в активной покупательской позиции, но и в замещении общественных, образовательных, социальных и досуговых практик.

Ключевые слова: исследование, потребительские практики, студенчество, высшие учебные заведения.

ANNOTATION

An author in the article lights up the results of the conducted socio-economic research of consumer practices of modern students on the example of students of Kherson INSTITUTES of higher. It is well-proven that consumer practices of modern student are expressed not only in active purchasing position but also in substituting for public, educational, social practical worker.

Keywords: research, consumer practice, students, universities.

Постановка проблеми. Трансформація сучасного суспільства, що проявляється у більш глибокій матеріальній диференціації населення, ускладненні економічного і професійного стратифікаційного профілю суспільства, високій мірі вертикальної мобільності, а також розширення пропозицій і комерціалізація вищої освіти привели до індивідуалізації життєвих траєкторій і стилів сучасної молоді.

Саме стильові переваги, що проявляються в студентських соціальних практиках, разом з більш значущим майновим розшаруванням визначають вектори соціальної диференціації як в сфері праці, так і у сфері споживання молоді. Тому вкрай необхідним є аналіз споживчих практик сучасної студентської молоді як одного з основних профілів стилізації сучасного студентства.

Аналіз соціальних практик сучасного студентства може бути здійснений через розгляд основних профілів стилізації, в яких виражається доступність і характер використання культурних ресурсів, домінуючих споживчих практик.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблема тика студентського життя вирішувались у наукових роботах таких соціологів як Завацька Л., Пилипенко Л., Русанова А., Сорокіна Н.,

Савченко С. [2], [3], [4], [5], [6]. У той же час недостатньо вивченими залишаються питання дослідження сучасних практик споживання сучасної студентської молоді.

Завдання дослідження. Дослідити споживчі практики сучасного студентства на прикладі студентів Херсонських ВНЗ.

Виклад основного матеріалу. У сучасній соціології споживча поведінка все частіше стає об'єктом дослідження, у тому числі в контексті постмодерністської теорії: споживання як засіб побудови стилів життя і соціально диференціюючий чинник, дослідження типології споживачів, вивчення символічного споживання тощо. Споживання в сучасній українській повсякденності – один із значущих елементів соціального життя, і соціальні практики різних груп населення, у тому числі і студентства, включають активні споживчі позиції. Як форма соціальної практики споживання орієнтоване на максимізацію корисності, яка проявляється у збільшенні споживання і відображає загальний добробут індивіда. При цьому споживання не обмежується тільки інструментальною функцією (спрямованою на використання корисних якостей продукту), а виконує також і демонстративні функції маркування і затвердження статусних позицій індивідів в суспільстві, і символічні функції, пов'язані з маніпулюванням знаками.

Ціннісна складова сучасного соціокультурного простору українського суспільства здійснює значний вплив на споживачські практики і формує правила його інституціонального оформлення, обумовлюючи залежність від історичних і соціальних умов. У суспільстві постмодерну будь-який продукт або товар має в першу чергу знакову вартість і розпізнається споживачами по символічних якостям, які часто не співпадають з фізичними властивостями товару. Споживання, на думку Ж. Бодрійяра, є тотально ідеалістичною практикою, яка не має нічого спільного із задоволенням потреб або з принципом реальності. Символи і закладені в них значення не лише означають конкретні предмети споживання, але і символізують ті складові соціального життя індивіда, які визначають якість його життя – здоровий спосіб життя, матеріальний і соціальний успіх, рівень освіти, дозвільні практики тощо [1].

Сучасна українська молодь є першим поколінням, яке виросло в атмосфері агресивної комерційної реклами, нав'язування брендів і,

відповідно, вона випробовує на собі значний вплив з боку стандартів масової культури, що формуються суспільством споживання, в якому стиль життя часто обумовлений самим процесом споживання. При купівлі товару людина звертає увагу не на складову самого продукту, а швидше на його символічне значення, що є невід'ємною рисою особливого стилю життя, який, безумовно, має величезний і неоднозначний вплив на повсякденне життя людей.

В рамках дослідження було проведено стандартизоване інтерв'ю із студентами херсонських ВНЗ (Херсонського державного університету, Херсонського національного технічного університету, Херсонського державного аграрного університету).

Аналіз споживчих практик студентської молоді херсонських ВНЗ показав, що більшість студентів позитивно відносяться до широкого ринку товарів і послуг.

Студентка ХДАУ, біолого – технологічний факультет 1 курс: «Вже немає величезних черг в магазинах, прилавки переповнені різноманітними товарами, купити майже все, що завгодно можна у будь-який час. Мені дуже подобається така різноманітність товарів, оскільки приходиш в магазин, і ти можеш вибрати те, що тобі пасує за усіма параметрами (ціна, кількість, якість)».

Студентка ХДУ, факультет економіки і менеджменту 5 курс: «Так, взагалі, ні черг, ні дефіциту. Головне, щоб гроші були, а так жодних проблем. Достаток, краса».

Студентка ХНТУ, факультет технології та дизайну 1 курс: «Сучасне суспільство надає дуже широкий асортимент різних товарів і послуг. Для мене це має велике значення, оскільки я маю право вибору товару».

При цьому студентська молодь розуміє і відмічає диференційованість суспільства за економічною ознакою, яка проявляється у можливостях реалізації споживчих практик.

Студентка ХДАУ, економічний факультет 1 курс: «Завдяки широкому асортименту будь-яка людина може купити усе необхідне, виходячи зі своїх можливостей і потреб».

Студентка ХДУ, факультет психології, історії та соціології 1 курс: «Сучасні магазини також розділяються по рівню прибутків населення. Є магазини для середнього класу, є і дешеві магазини, де можна купити все за 50».

Студентка ХНТУ, факультет кібернетики 5 курс: «З іншого боку, якщо навіть знайдеш певну річ, яка тобі потрібна, ти не завжди можеш дозволити собі її купити. Тому, можна сказати, що великий вибір товарів і послуг «дратує» людей, які не мають можливості придбати їх».

Споживчі практики студентів, позначені ними в інтерв'ю як найбільш поширені по частоті покупок і сумі щомісячних витрат, – це придбання їжі (особливо актуально для студентів, що мешкають в гуртожитку або на квартирі, окремо від батьківської родини). По-друге, розваги, яким в студентському житті відводиться

велика частина коштів і часу. По-третє, мобільний зв'язок (придбання мобільних телефонів і щомісячні витрати на мобільний зв'язок). По-четверте, придбання одягу, взуття і аксесуарів.

Придбання мобільних телефонів для сучасних студентів є вагомою статтею витрат, на яку вони не шкодують коштів, оскільки розглядають мобільні телефони в якості елемента, що підкреслює їх матеріальний статус і можливість. При цьому велике значення мають марка телефону, дизайн, наявність опцій і, звичайно ж, відповідність моделі модним тенденціям.

Студентка ХДАУ, біолого-технологічний факультет 1 курс: «Зазвичай міняю телефон 1 раз на рік. При купівлі телефону, по-перше, відразу звертаю увагу на дизайн, функціональність, а потім вже на ціну».

Студентка ХНТУ, факультет економіки 5 курс: «За останні 2,5 роки змінила 4 мобільні телефони. Перший телефон був у мене довго, але я замінила цю модель на більш нову і моднішу».

Студентка ХДУ, факультет психології, історії та соціології 1 курс: «Телефон міняю раз на рік. При купівлі для мене велике значення має виробник, фірма-салон, в якому я його купую, і функціональна начинка».

Шопінг, як одна із споживчих практик сучасної студентської молоді, є тією формою проведення часу, яку більшість, особливо дівчата, розглядають в якості розважального заходу, що приносить задоволення і позитивні емоції.

Студентка ХДУ, факультет філології та журналістики 1 курс: «Для мене це розвага... Отримую дуже багато позитивних емоцій, можу навіть знайти нові знайомства».

Студентка ХДАУ, будівельно-гідромеліоративний факультет 5 курс: «Я дуже люблю здійснювати покупки. Дуже. Я б навіть сказала, що це мало не одна з головних моїх розваг. Можна сказати, що це розвага, яка приносить задоволення».

Студентка ХНТУ, факультет машинобудування 1 курс: «Шопінг для мене одночасно і відпочинок і праця, але праця приємна і корисна. Це приємне заняття, оскільки дозволяє розслабитися і відключитися від проблем».

Студентка ХДАУ, економічний факультет 3 курс: «Для мене це відпочинок, я розслабляюся. Мені приємно займатися шопінгом, я люблю себе побалувати... Можна на людей подивитися і себе показати».

Показовим є те, що навіть перегляд телевізора, як одна з улюблених форм проведення дозвілля сучасної молоді, не складає конкуренцію походам по магазинах. Інші альтернативи проведення вільного часу часто і не розглядаються.

Студентка ХДУ, факультет технологій та сфери обслуговування 3 курс: «Можна сказати, що шопінг є для мене відпочинком і розвагою – це моє найулюбленіше заняття, я навіть не знаю таких людей, які не люблять ходити по магазинами. Що може бути краще? Сидіти удома перед телевізором, дивитися незрозумілі програми або піти в магазин і зробити собі

невеликий подарунок, тобто купити яку-небудь гарну сукню або туфлі. Це не обговорюється – звичайно ж, магазини!»

Варто зазначити, що така «закоханість» в магазини характерна в основному для дівчат, тоді як молоді люди категорично проти таких форм проведення вільного часу.

Студент ХДУ, факультет економіки і менеджменту 4 курс: «Я не люблю ходити за покупками. Я вважаю це марною тратою часу... Бідні ці... як їх там називають? Шопоголіки, так? Бідні люди. Я їх не розумію».

Висновок. Таким чином, послаблення інституціональних норм і соціальних регуляторів, характерних для ситуації, що склалася в системі вищої освіти, актуалізує стилізацію життя, яка розглядається молоддю в якості інструменту ідентифікації. Дослідження соціальних практик студентської молоді актуалізується у зв'язку з необхідністю відновлення активної соціалізуючої функції сучасного ВНЗ. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що, споживчі практики сучасного студентства, які виражаються не лише в активній купівельній позиції, але і в заміщенні громадських, освітніх, соціальних і дозвілєвих практик, є найбільш яскравим маркером стильових переваг сучасної студентської молоді.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей [Текст]: научное издание / Пер. с фр. и сопроводит. ст. С. Зенкина. – М.: Рудомино, 1999; 2001. – С. 163.
2. Завацька Л.М. Особливості детермінантного впливу молодіжної субкультури на соціалізацію учнівської молоді / Л.М. Завацька // Практична психологія та соціальна робота [журнал] / голов. ред. Губенко О.В.; Інститут психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. – К.: Вид-во Науковий світ. – 2009. – № 6. – С. 62-63.
3. Пилипенко Л. Соціальна рефлексія як складова життєвого самовизначення сучасної молоді / Л.Пилипенко // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні / За ред. Максименка С.Д., Циби В.Т., Шайгородського Ю.Ж. та ін.. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2003. – С. 258-269.
4. Русанова А.Г. Культурная идентификация студентов и проблемы высшего образования // «Знание. Понимание. Умение»: Электронный журнал, 2008.
5. Сорокина Н.Д. Перемены в образовании и динамика жизненных стратегий студента / Н.Д. Сорокина // Социологические исследования. – 2003. – №10. – С. 55-60 [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://www.isras/socis.html>.
6. Социализация студенческой молодежи в условиях регионального образовательного пространства [Текст]: монография / Савченко С.В. – Луганск: «Альма-матер», 2003. – 406 с.