

## **Мода в контексте клубной культуры**

**Никитина Татьяна Александровна**

студент

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

E-mail: Ameli\_net@rambler.ru

В настоящее время изучение моды как социального феномена, позволяет раскрыть особенности широкого спектра явлений происходящих в обществе. Сегодня она выступает в качестве одного из важных регуляторов повседневной жизнедеятельности людей, прежде всего это касается сферы потребления. Традиционно в структуре моды выделяют ряд системных компонентов: модные стандарты (содержащиеся в культуре и периодически сменяющиеся способы поведения или действия), модные объекты (материальные и духовные объекты, с помощью которых осуществляются эти действия) [1].

В молодежной среде модными объектами могут быть различные молодежные течения, движения, субкультуры. Одной из таких специфических форм является клубная культура. В связи с этим для нас представляет интерес изучение модных стандартов, объектов в контексте клубной культуры.

По нашему мнению, клубная культура может рассматриваться в качестве молодежной субкультуры и культуры для молодежи [2].

Клубная культура как субкультура представляет собой набор специфических символов, культурных образцов и ценностей, характерных для той или иной обособленной социальной группы.

Основными элементами клубной культуры являются «музыкальные предпочтения» (выбор любимых музыкальных направлений), «знание о музыке» (знание о музыкальных новинках, а также проявление интереса к различным специализированным молодежным журналам и музыкальным каналам, предоставляющим информацию, которая дополняет имеющиеся знания клубберов об интересующих их событиях в мире музыки) и посещение клубов.

В то же время мы можем определить клубную культуру как культуру для молодежи – это культура для молодых, носящая массовый и кратковременный характер, которая в настоящее время является доминирующей в культуре индустрии, понимаемой как коммерческая культура, ориентированная на средний уровень ее потребителей.

Проведенный нами опрос среди школьников 11-х классов г.Казани показал, что представления у школьников о клубной культуре неоднородны и подвержены динамическим изменениям определяемым тем, что сейчас находится на «пике популярности».

Рассмотрим первый элемент клубной культуры, который называется «музыкальные предпочтения». Согласно результатам исследования 50% респондентов выбрали клубную музыку, 29% - рок-музыку и 19% - поп-музыку. Это связано с тем, что формирование представления о клубной культуре у школьников происходит под воздействием таких атрибутивных ценностей как современность, универсальность, демонстративность, которые успешно тиражируются посредством модных популярных молодежных изданий, радио и телевидения.

Второй элемент клубной культуры - «знание о музыке», помогает нам выделить в молодежной среде истинных ценителей клубной культуры. Для 42,2% опрошенных школьников важно знание о музыкальных новинках. Примечательно то, что они интересуются не только зарубежными музыкальными проектами, но и казанской клубной культурой, которая в настоящее время развивается быстрыми темпами.

Музыкальные каналы и молодежные журналы помогают сформировать представление о клубной культуре у школьников. По ответам респондентов самыми распространенными музыкальными каналами являются MTV – 67%, МузТВ – 64,5%, Music Box – 25%. Проанализировав материалы, которые показывают на основных музыкальных каналах (MTV и МузТВ), можно сказать, что представление о клубной

культуре у большинства опрошенных школьников сформировано благодаря различным проектам. Например, «Клуб» на канале MTV- сериал о клябберах, пропагандирующих стремление молодежи к богатой и богемной жизни, посредством участия в «клубной тусовке». Следовательно, интерес школьников вызван, желанием подражать модному поведению известных персонажей шоу-бизнеса, а не глубоким включением в клубную культуру. В тоже время, специализированные музыкальные журналы, содержащие информацию о появлении различных экспериментальных музыкальных группах, фестивалях, посвященных развитию клубной культуры, в ответах респондентов встречается редко. Такие специализированные музыкальные журналы как «Dj Magazine», читают только 2% школьников, «Mix mag» и «Islander» – 0,5%.

Третьим элементом клубной культуры является «посещение клубов». Интересно, что 41,5% школьников посещают клубы изредка, а 10% посещают их регулярно. Клубы – это особая среда, в которой существуют свои специфические ценности и нормы, с помощью которых клябберы уходят от регламентаций современной жизни. В тоже время 18% респондентов считают, что клубы – это коммерческие заведения, целью которых является получение прибыли.

Наше исследование выявило, что самым популярным клубом у одиннадцатиклассников в г. Казани является «Doctor Club». Этот выбор определяется статусом клуба, его престижем, контингентом посетителей и определенными направлениями в музыкальной сфере. Посетителями данного клуба являются старшеклассники из обеспеченных семей, студенты, демонстрирующие свои предпочтения в выборе музыки и одежды.

Представления у школьников о клубе разнообразны. Так, например, для 74% респондентов клуб является местом для отдыха и развлечений, для 65,5% - клуб является отличным местом для знакомств. А вот 42% опрошенных школьников считают основной причиной, по которой молодежь ходит в клубы – это престиж и мода, которые являются важными компонентами при выборе предпочитаемых клубов респондентами. В сфере потребления клубной культуры престижем наделяются клубы, различные молодежные журналы, музыкальные направления и сами клябберы. Потребность индивида в престиже клуба может быть обусловлена следующими причинами: потребностью в уважении своего социального окружения, возможностью усваивать специфические ценности референтных групп и перенимать их социальный опыт участия в клубной жизни.

В г. Казани за последние несколько лет резко увеличилось число развлекательных комплексов. Они привлекают к себе внимание аудитории приглашая на вечеринки известных ди-джеев, предлагая российской молодежи приобщиться к потреблению специфического «товара» - образа богемной, яркой клубной жизни. В тоже время не появилось ни одного рок-клуба сравнимого и опирающегося на агрессию рекламной поддержки с такими клубами как «Арена», «Штат 51», развлекательный комплекс «Ривьера», «Эрмитаж».

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время мода оказывает большое влияние на формирование представлений о культуре и выбор музыкальных предпочтений российских школьников. Клубы выступают в качестве модных объектов, участниками моды на клубную культуру являются преимущественно подростки. Под влиянием моды клубная культура является приоритетной при выборе любимых музыкальных направлений у школьников.

#### **Литература**

1. Гофман А.Б. Классическое и современное: Этюды по истории и теории социологии. М.: Наука, 2003. – С. 651.
2. Левикова С.И. Молодежные субкультуры. М.:ФАИР-ПРЕСС, 2004. – С.90.