

ОТНОШЕНИЕ К МОДЕ В КОНТЕКСТЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЖИЗНЬЮ И СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Калинина Н.В.

Доктор психологических наук, профессор, зав.кафедрой психологии ФГБОУВО
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн.
Искусство)», г. Москва, Садовническая ул., д.33. стр.1.

E-mail: kalinina-nv@rguk.ru

Аннотация. Социально-психологический феномен моды анализируется в контексте проблем удовлетворенности жизнью и социальной адаптации молодежи. Значимость моды в молодежной среде связана с поиском молодыми людьми своей идентичности, реализацией ведущих потребностей в самоопределении и самоутверждении. Выявлено, что молодежь с высокими показателями по шкале отношения к моде имеют значимо более высокий уровень удовлетворенности жизнью. В группе испытуемых, стремящихся следовать моде и включенных в модные направления творческой деятельности, преобладают конструктивные стратегии преодоления трудностей. Молодые люди с высоким уровнем адаптации стремятся следовать моде, следование моде для них связано с эстетическими мотивами и мотивами развития творческих способностей, в ряду модных объектов отдают предпочтение занятиям спортом, творческой деятельности, общению.

Ключевые слова: молодежь, мода, регуляторы модного поведения, удовлетворенность жизнью, социальная адаптация, копинг-стратегии.

ATTITUDE TO FASHION IN THE CONTEXT OF SATISFACTION WITH LIFE AND SOCIAL ADAPTATION OF YOUTH

Kalinina N.V.

Abstract. The socio-psychological phenomenon of fashion is analyzed in the context of the problems of life satisfaction and social adaptation of youth. The significance of fashion in the youth environment is associated with the search by young people for their identity, the realization of the leading needs for self-determination and self-affirmation. It was revealed that young people with high rates on the scale of attitude to fashion have a significantly higher level of satisfaction with life. In the group of subjects who seek to follow fashion and are included in the fashionable directions of creative activity, constructive strategies to overcome difficulties prevail. Young people with a high level of adaptation strive to follow fashion, consider following fashion as an important condition for successful adaptation, following fashion for them is associated with aesthetic motives and motives for the development of creative abilities, along with fashionable objects they prefer sports, creative activities, and communication.

Key words: youth, fashion, regulators of fashionable behavior, life satisfaction, social adaptation, coping strategies.

В ряду социально-психологических феноменов, связанных с проблемами самореализации личности, качества жизни и субъективного благополучия, применительно к социальной группе молодежи, определенный интерес представляет мода. В социально-психологических исследованиях моды отмечается ее значимая роль в социальной адаптации личности. Мода как социально-психологический феномен отражает тенденции развития общества,

выступает средством приобщения индивида к социальному и культурному опыту [1, 2]. Участие в ней связано с освоением определенных социальных норм и ценностей [3]. Мода рассматривается как один из психологических способов воздействия в процессе общения [4]; как специфический способ межличностной коммуникации, как особый способ, образ, мера обработки социальной информации. [5]. Мода включает так же эмоционально-регулятивный аспект, представляющий следование моде как средство эмоциональной разрядки, освобождения от повторяющихся, утомляюще однообразных впечатлений [6].

Значимость моды в молодежной среде связана с поиском молодыми людьми своей идентичности, реализацией ведущих потребностей в самоопределении и самоутверждении. Мода дает возможность личности определиться с ориентирами, проявить себя во взаимодействии с предметным миром, другими людьми и самим собой, показать свою индивидуальность, в то же время позволяет показать свою принадлежность к значимой группе, подчеркнуть определенный статус. Молодые люди склонны к новизне, к экспериментам над собой, реализовать которые позволяет модное поведение. Это создает основу для регулирования взаимоотношений и поведения, переживания благополучия и собственной социальной значимости [7].

Исходя из того, что мода как социально психологический феномен обладает ресурсами для социальной адаптации, самореализации и достижения субъективного благополучия молодежи, которые на сегодняшний день исследованы и используются явно недостаточно, мы предприняли попытку изучить отношение к моде, удовлетворенность жизнью молодых людей с различным отношением к моде, регуляторы модного поведения, значимые сферы моды для молодежи с различным уровнем социальной адаптации, стратегии поведения в трудных ситуациях лиц, с разной включенностью в модное поведение.

Для организации исследования были использованы методики: «Шкала отношения к моде (ШОМ)» Н.Г. Артёмцевой и Т.Н. Грековой, «Шкала удовлетворённости жизнью» Е. Динера в адаптации Д. А. Леонтьева, Е.Н. Осина,

методика диагностики социально-психологической адаптации К.Роджерса и Р.Даймонда в адаптации А.К.Осницкого, опросный лист изучения модных предпочтений Н.В. Калининой, «Индикатор копинг-стратегий» Д.Амирхана. В исследовании приняли участие 186 представителей молодежи (школьников и студентов) в возрасте от 16 до 23 лет.

В исследовании сравнивались группы с высокими и низкими показателями по шкале отношения к моде (считающие моду значимым фактором, стремящиеся следовать моде и не придающие моде важного значения в жизни, не стремящиеся следовать моде) по критериям удовлетворенности жизнью, социально-психологической адаптивности, копинг - стратегиям; группы с различным уровнем социально-психологической адаптивности (высоко адаптированные - с высоким и выше среднего показателями социально-психологической адаптации и низко адаптированные с низким и ниже среднего показателями социально-психологической адаптации) сравнивались по мотивам модного поведения, модным предпочтениям, стратегиям поведения в трудных ситуациях. Значимость различий изучалась на основе U - критерия Манна – Уитни.

Сравнение групп с различным отношением к моде показало, что молодые люди, стремящиеся следовать моде, имеют значимо более высокий уровень удовлетворенности жизнью по сравнению с молодыми людьми, не следующими модным тенденциям (средние баллы - 25,51 и 21,35 соответственно). В группе стремящихся следовать моде значимо чаще представлены молодые люди с высоким и выше среднего показателями социально-психологической адаптации.

В группе испытуемых, стремящихся следовать моде и включенных в модные направления творческой деятельности, преобладают конструктивные стратегии преодоления трудностей: стратегия разрешения проблем и поиска социальной поддержки. Неконструктивная стратегия избегания у большинства в данной группе выражена на очень низком уровне. В то время как в группе участников, не придающих значения моде и модным направлениям творческой деятельности, наряду с стратегией разрешения, выражена стратегия избегания проблем, при этом, она выражена значимо выше, чем в группе испытуемых,

следующих моде. Результаты свидетельствуют о том, что молодые люди, считающие моду значимой и отводящие участие в модных направлениях творческой деятельности большую роль, обладают большими возможностями по преодолению трудных ситуаций.

Сравнение групп с различным уровнем социально-психологической адаптации показывает, что в группе высоко адаптированных молодых людей мода оказывается наиболее значимым фактором для социальной адаптации. Они считают важным следовать моде в большей степени, чем представители группы молодежи со сниженной адаптацией.

Среди мотивов следования моде в сравниваемых группах одинаково часто встречаются мотивы престижа, стремления соответствовать нормам группы, интереса, что отражает возрастные особенности исследуемой выборки. Для молодых людей очень значимо вхождение в группу, нахождение своего места в группе, стремление к новизне. Однако, некоторые мотивы модного поведения значимо различаются. Если в группе высоко адаптированных преобладают эстетические мотивы следования моде, стремление проявлять творческие способности и интерес, то в группе с низкой адаптацией на ведущие места выходят мотивы стремления быть принятыми в группу, обратить на себя внимание.

Отмечаются различия и в модных предпочтениях. Высоко адаптированные молодые люди стремятся следовать моде прежде всего в выборе занятий и увлечений, а для низко адаптированных модность связана с прической, обладанием вещами и принадлежностями. Здесь важно отметить, что в обеих группах сохраняется выделенная нами ранее тенденция связывания модности с обладанием гаджетами. Для низко адаптированных молодых людей достижение модности в большей степени связано с внешним видом.

Выбор модных занятий представителями обеих групп так же подтверждает выделенную тенденцию, сфера моды смещается к использованию Интернета и общению в социальных сетях. Среди модных занятий в группе высоко адаптированной молодежи наряду общением в социальных сетях, преобладают

спортивные занятия, в группе низко адаптированных – прослушивание музыки.

Наиболее значимыми регуляторами модного поведения для всех опрошенных являются сверстники, одноклассники и т. п., а также фото и видео, размещаемые в социальных сетях. Для низко адаптированных большое значение имеет реклама. Высоко адаптированные хотя и не значительно, но все же выделяют влияние родителей.

Таким образом, представители группы с высоким уровнем адаптации считают следование моде значимым фактором в своей социальной адаптации; следование моде для них связано с эстетическими мотивами, с интересом; они рассматривают следование моде как возможность проявить творческие способности; в качестве ведущих сфер проявления моды они выделяют занятия и увлечения, вещи и принадлежности; в качестве модных занятий выделяют спорт и общение (включая общение в социальных сетях и в реальном времени и пространстве). Представители группы с низким уровнем адаптации проявляют меньший интерес к моде как фактору социальной адаптации; следование моде для них в большей степени связано с желанием быть принятым в группу и стремлением обратить на себя внимание; модность они проявляют во внешнем виде и обладании вещами и принадлежностями; модные занятия для них связаны с общением в социальных сетях, размещением фото и видео в Интернете, просматриванием фото и видео других людей.

Молодые люди с высоким уровнем адаптации используют возможности моды для самореализации в обществе, в общении и взаимодействии с другими людьми. Те, у кого уровень социальной адаптации снижен имеют узкий круг сфер проявления моды, ориентируются на вхождение в группу и на выделение себя, уходя от общения и взаимодействия в реальном пространстве. Эти результаты дают основания предположить, что низкая адаптация связана со следованием моде в виртуальном пространстве, с уходом личности и в этой сфере от реального взаимодействия.

Исследование отношения к моде в контексте проблем удовлетворенности жизнью и социальной адаптации молодежи показывает, что мода обладает

ресурсным потенциалом, который может быть использован для содействия социальной адаптации, самореализации и в целом повышения качества жизни молодых людей. В качестве ресурса могут быть определены стимулирование эстетических и творческих мотивов, интереса в следовании моде, пропаганда среди молодежи спорта и общения в реальном времени и пространстве в качестве модных занятий, повышение значимости моды в качестве регулятора социального поведения.

Библиографический список

1. Гофман А.Б. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения.* 4-е изд., испр. и доп. М.: КДУ, 2010.
2. Зиммель Г. *Мода // Избранное.* Т. 2. *Созерцание жизни /* глав. ред. С.Я.Левит. М.: «Юристъ», 1996. С. 266-291.
3. Парыгин Б.Д. *Мода как самый динамичный феномен и механизм человеческого общения // Социальная психология. проблемы методологии, истории и теории.* СПб.: ИГУП, 1999.
4. Шубин Г.Г. *Мода и эстетическая культура.* М.: Знание, 1987.
5. Килошенко М.И. *Психология моды.* СПб.: Питер, 2014.
6. Килошенко М.И. *Модная установка в межличностном общении // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сб. статей Междунар. науч.-практ. конф. В 8 ч. Ч.2 / под ред. В.С.Белгородского и др.* М.: МГУДТ, 2016. С.162-168.
7. Калинина Н.В. *Мода в контексте адаптационных ресурсов личности современной молодежи // Наука. Мысль.* 2017. № 2. С. 60-64.