С. Т. Посохова

ПРИНЯТИЕ МОДЫ: ВНЕШНЕЕ И ВНУТРЕНЕЕ ИЗМЕРЕНИЕ ЛИЧНОСТИ

Рассматриваются социальные и психологические аспекты моды. Мода представлена с позиции единства изменений окружающей реальности и развития внутреннего мира личности. Особое внимание уделяется смыслу моды подростков, который интегрирует внешние и внутренние измерения личности. Раскрывается роль личностного смысла, потребностей подростков в принятии моды.

Ключевые слова: мода, модное поведение, подросток, личность, окружающий мир, внутренний мир.

S. Posokhova

TAKING THE FASHION: EXTERNAL AND INTERNAL MEASUREMENTS TO PERSONALITY

In this article social and psychological aspects of the fashion are considered. Fashion is presented with positions unity of environmental changes and developments of personalitie's inner world. The sense of fashion of teenagers, which integrates external and internal measurements of personality is emphased. Also reveals the role of personalized meaning and teenager's needs in taking the fashion.

Keywords: fashion, fashionable behaviour, teenager, personality, environment, inner world.

В последнее время все более усиливаются опасения, связанные с формированием преимущественно вовне ориентированного человека. Деловой и профессиональный успех, карьерная активность, достойное место в социальной иерархии, самопрезентация, самореализация, имидж — далеко не полный перечень требований, предъявляемых к современному человеку с целью принятия его окружающим миром. В наши дни человеку приписываются агрессия, невротизация, равнодушие, кризис идентичности, доминирование прагматических ценностей, вещизм, рыночная ориентация, подверженность разным зависимостям, социально опасным заболеваниям и многое другое, что обедняет внутреннюю жизнь. Можно проследить размышления некоторых ученых, чтобы убедиться в утрате духовности, нравственности, культуры, патриотизма, идеалов, чтобы почувствовать реальный риск потери целых поколений. Так, А. А. Корольков считает, что исторические

эпохи, типы культуры, имеющие многочисленные уникальные особенности, различаются доминированием устремлений людей либо к утилитаризму, либо к возвышению духа. Автор убежден, что сегодня усилия большинства людей направлены, главным образом, на внешний мир, который скорее вещный, ограниченный имуществом, украшениями, материальными благами и т. п. Построение внутреннего мира, создание храма души дано далеко не каждому [8].

Такая позиция находит ряд прямых и косвенных подтверждений в окружающей реальности. Действительно, в последнее время мы часто сталкиваемся с новыми, все более изощренными поведенческими деструкциями, с все более усложняющимися социальными и психологическими аномалиями. В орбиту так называемого антропоэкологического напряжения вовлекаются довольно широкие массы населения, пережившие локальные военные конфликты, террористические акты, этнические столкновения, а также экономические кризисы, техногенные катастрофы и природные стихийные бедствия. К числу тревожных явлений, наиболее значимых для дальнейшего поступательного общественного и личностного развития, можно отнести снижение уровня здоровья населения за счет расширения спектра социально-стрессовых расстройств и социально опасных заболеваний. Подобные и многие другие факты отражаются в общественном сознании, в средствах массовой информации.

Однако было бы большой научной и социальной ошибкой постоянное акцентирование только на одной стороне явления, например, на доминировании внешнего при игнорировании позитивных процессов во внутреннем мире человека. Также односторонне выглядит сведение внутренней жизни человека исключительно к духовному, как и отказ от анализа позитивного влияния духовного опыта, этических ориентаций, нравственных установок и многих других глубинных процессов, например, на внешне фиксируемую адаптированность. Несмотря на то, что психологический резонанс социальных и культурных изменений, кризисных ситуаций последнего времени достаточно широк, нельзя забывать о его неоднозначности. Вполне очевидно, что сегодня научные поиски ценностных ресурсов и состояний внутренней жизни человека должны органично дополнять ставшие приоритетными исследования внешних критериев успешности и конкурентоспособности. В психологической и социальной оценке современных явлений более целесообразно диалектическое сочетание внешних и внутренних измерений.

Одной из моделей исследования единства внутреннего и внешнего в жизни человека может быть выбрана мода. Примером тому служит как история возникновения моды, так и современное состояние изучения ее многочисленных аспектов. Вполне вероятно, что корни моды как явления, отражающего массовое увлечение чем-либо, уходят глубоко в века и фиксируют тесную связь с формированием обычаев и культурных традиций. Говоря о некоторых особенностях моды в русской культуре, например о появлении обычая брить бороду, замечательный отечественный бытописатель и краевед В. М. Пыляев обращается к периоду

татаро-монгольского нашествия [15]. Нынешнее понимание моды датируется XIV–XV веками и приписывается Европе. Еще в 1494 году непревзойденный немецкий сатирик Себастьян Брант посвятил моде одну из стихотворных сатир в лучшем своем произведении «Корабль дураков» [1]. Общественная и психологическая наблюдательность Бранта в отношении моды поразительна. В сорок четыре строчки сатирической схемы автор вложил широкий смысловой спектр моды как социального и как психологического явления. Располагая моду среди образцов глупости общественной и индивидуальной жизни, Брант подмечает ее изменчивость, противостояние традициям, способность вызывать смех, роль подражания, возможность своеобразной зависимости от прихоти моды.

Значение слова «мода», укрепившееся в обыденном сознании, отражается в разнообразных словарях. В них объясняется, что слово «мода» происходит от латинского modus — мера, правило, предписание, образ действия. В толковом словаре живого великорусского языка В. И. Даля, вышедшего в 1881 году, мода определяется как «ходящий обычай; временная изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и нарядах» [3]. Составитель словаря приводит большой ряд производных слов («модность», «модник», «модничать» и т. п.), пословиц и поговорок, крылатых выражений («по моде и мышь в комоде», «полно модиться, живи, как водится» и т. п.), раскрывающих проникновение моды в отечественную культуру того времени. Во многом близкое понимание, которое сложилось к концу XX века, закреплено в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова. В нем мода трактуется как «совокупность привычек и вкусов, господствующих в определенной общественной среде в определенное время» [10]. Советский энциклопедический словарь, основывающийся в первую очередь на научных представлениях и достижениях, скорее конкретизирует значение моды, чем вносит какие-либо изменения в интерпретацию. Мода раскрывается как непродолжительное господство определенного вкуса в какой-либо сфере жизни или культуры, в более узком смысле — как смена форм и образцов одежды. В отличие от стиля, как уточняется в словаре, мода отражает более кратковременные и поверхностные изменения внешних форм бытовых предметов и художественных произведений.

Можно утверждать, что обыденное сознание закрепило ряд существенных, но преимущественно формальных признаков моды, которые не только подтверждаются научным анализом, но и благодаря усилиям ученых приумножаются. Показательно, что разнообразными аспектами моды интересуются специалисты разных областей знаний, включая философов, историков, этнографов, психологов, социологов, педагогов и т. п. Сегодня интерес масштабно возрос за счет практиков. В результате координаты, важные для понимания сущности моды и ее роли в жизни и деятельности современного человека, заметным образом расширились. Тем не менее, в потоке научной и ориентированной на практику литературы можно найти описание некоторых инвариантных признаков моды, позволяющих осознавать ее уникальность,

специфическое положение среди других социально-психологических феноменов.

Прежде всего имеется в виду *нормативность* моды. Мода представляет собой образец поведения и отношений, которому человек следует в той или иной сфере жизни. Более того, мода отражает преобладание одного образца по сравнению с другими, что выражается в высокой частоте его встречаемости. Принятие образца, т. е. следование моде, происходит с разной степенью осознанности и глубиной понимания необходимости быть модным. Естественно, возникает вопрос о происхождении стандартов, о том, кто их создает и кто отменяет.

Экскурс в историю быта россиян показывает, что пионерами модных нововведений часто становились царствующие особы. Так, М. И. Пыляев упоминает о том, что за время правления Петра Первого вышло несколько указов, регламентирующих тип и цвет одежды, необходимость практически всем мужчинам брить бороду и т. п. Тогдашний вкус требовал самых ярких цветов. Считалось, что яркие цвета внушали уважение, и потому начальствующие лица по приказу царя рядились в цветные одежды. Преобладающий цвет в народе был красный, и особенно красно-фиолетовый. Даже духовные особы носили рясы красных цветов. Из тканей черного и темного цвета шились преимущественно траурные одежды. Отступление от установленной сверху моды воспринималось как непослушание и могло привести к снижению чина или к выплате к пошлины. В частности, в 1705 году вводилась пошлина за ношение бороды в довольно солидном по тем временам размере: от 30 до 100 рублей в год [15].

Примером для подражания считалась Елизавета, которая отличалась большой любовью к модным туалетам. Известно, что во время пожара в Москве, в 1753 году, у нее сгорело 4 тысячи платьев. После ее смерти в гардеробе было найдено более 15 тысяч платьев, два сундука шелковых чулок, лент, нескольких тысяч башмаков и туфель, более сотни неразрезанных французских материй и т. п. [15].

Сегодня ситуация существенно изменилась: модные направления задаются постоянно эволюционирующей мощной индустрией моды, где существенное место отводится средствам массовой информации. С этим можно связать ее высокую *динамичность, многоаспектность и массовость*. Сейчас мода и как общественное, и как индивидуальное явление стремительно меняется. Существует мнение, что модный стиль держится в среднем 7–10 лет. Представляя собой стандарт поведения или отношения, которому человек следует по доброй воле или по необходимости, мода выражает наибольшую частоту встречаемости этого образца и стандарта в разных сферах жизни. Модным считается то, что встречается часто и у многих, доминирует в обществе, приобретает массовый характер. Вряд ли когда-либо мода имела границы — как обыденной жизни, так и географические. Если опять обратиться к труду М. И. Пыляева, то можно убедиться, что уже на заре возникновения модных течений они охватывали поразительное многообразие жизненных сфер человека. Уже в то время мода распространялась на все: на прически, парфюмерию,

танцы, кареты, дома, клубы, лекарство, докторов, на лечение минеральными водами, на подражание иностранцам и даже на людей [15]. Нынешний век мало чем отличается в этом плане.

Конечно, перечисленными выше признаками не исчерпывается социокультурная сущность моды. В этом плане уместно вспомнить о попытках выявить элементы моды, которые возникли при ее рассмотрении как одного из механизмов социальной регуляции. Так, А. Б. Гофман, создавая теоретическую модель моды, включает в ее структуру модные стандарты, модные объекты, модное поведение, а также внешние и внутренние ценности [2].

Сегодня повышается ценность еще одного аспекта моды, связанного с пониманием заложенного в ней *«человеческого измерения»* [7]. Социальный статус моды неотделим от внутреннего мира человека. Мода выражает этот мир и конструирует его. В этом убеждают давно сложившиеся и интенсивно разрабатываемые в настоящее время психологические подходы. Это же можно проследить, если обратиться к проблеме принятия моды подрастающим поколением, в частности подростками.

Внимание к подростковому возрасту было обращено не случайно. Уникальность подросткового возраста заключается в том, что подростки испытывают существенное давление со стороны старших поколений, прежде всего родителей, бабушек-дедушек, и в то же время они устремлены в будущее, стремясь создать неповторимое, самостоятельное Я. Кроме того, общество не без оснований обеспокоено нарастанием деструкций во взаимодействии подростков с социумом, культурой, природой и информационной средой. Психологи, педагоги, врачи и многие другие специалисты считают актуальной задачу поиска тех сфер жизни и деятельности, актуализация которых могла бы противостоять современным подростковым аддиакциям. При этом довольно высоким профилактическим потенциалом обладают те сферы, которые способны удовлетворить одну из наиболее значимых потребностей подросткового возраста — потребность в поисках ощущений. Это, например, виды спорта с повышенным риском, творческая деятельность [12]. Однако как экстремальный спорт, так и творчество доступны далеко не всем.

В этом плане важна сфера, не только отвечающая значимым потребностям подростков, но имеющая для них эмоциональную ценность. Основанием для такого предположения служит общепсихологическое положение, согласно которому эмоции как первичная реакция на изменения внешней и внутренней среды обладают наибольшей чувствительностью к их полезности и вредности. Благодаря этому эмоции становятся тончайшим индикатором социально-психологического и психофизиологического благополучия и дискомфорта личности. Так, Э. Фромм, в продолжение идей 3. Фрейда, утверждал, что «избегание неудовольствия» является одной из наиболее актуализированных потребностей человека. Удовлетворение именно этой потребности провоцирует разные отклонения в поведении: ученый утверждает, что когда человек спасается от невыносимых ощущений депрессии и скуки, то он готов

испробовать любые средства — от сумасшедшей работы до наркомании [17]. Значение эмоций в появлении разного рода увлечений — от конструктивных до приобщения к употреблению наркотиков — подтверждает концепция Б. И. Додонова, согласно которой эмоции выступают в качестве самостоятельных ценностей, прежде всего ценностей цели [4]. Поэтому значимая деятельность, действия понимаются не как подкрепляемые удовольствием, а как совершаемые ради получения удовольствия.

Экспериментальные исследования последних лет дают основания считать, что мода — важная составляющая подростковой субкультуры. Поговорка «встречают по одежке» принимается подростками как концентрированное выражение ценности моды. Для подростков внешность и соответствующие аксессуары часто превращаются в своеобразный пропуск для вхождения в определенную группу сверстников, а также и в основания для остракизма. Опрос старшеклассников московских школ, проведенный Л. Н. Жилиной и Н. Т. Фроловой еще в 1960-х гг., показал, что 91% опрошенных школьников положительно относились к моде. Позицию подростков разделяли 78% их родителей. Тогда основная ценность моды для советских подростков заключалась в «современности», которую отмечали 54,3% опрошенных. Соответствие времени для них означало «новое», «оригинальное» и даже «прогрессивное» [5].

В наших исследованиях последних лет спектр подростковых представлений оказался значительно шире. Более того, сфера моды достаточно часто становится объектом смеха современных подростков [6; 11]. Примечательно, что над модой смеются не только нормативно развивающиеся подростки, но и их сверстники, имеющие интеллектуальные и адаптационные проблемы. Возникает предположение, что, независимо от особенностей психологического развития подростков, мода — это средство самопрезентации и самоутверждения. Однако из-за материальных проблем, неразвитого чувства стиля, личной позиции и структуры личностных свойств не всем подросткам доступны признанные внешние атрибуты социального успеха. Видимо, чтобы чувствовать себя уверенно при оценке со стороны окружающих, подросткам легче посмеяться над модными тенденциями и тем самым защитить собственное Я от возможной психической травмы.

Цель одного из проведенных нами исследований заключалась в изучении особенностей принятия моды в подростковом возрасте. В исследовании участвовали 32 подростка в возрасте от 15 до 16 лет, среди которых 19 девочек и 13 мальчиков. Подростки обучались в десятом классе средней школы (г. Санкт-Петербург), обладали уровнем интеллекта, соответствующим возрастному развитию, и практически одинаковым социальным статусом. Для достижения поставленной цели и доказательства исследовательской гипотезы использовался комплекс методических средств, позволяющий выявить содержание личностного смысла моды, представлений о модном человеке, рефлексии собственной модности, а также особенности самопрезентации и ценностной структуры эмоций. Комплекс включал в себя модифицированный

вариант методики «Незаконченные предложения», рисуночную пробу «Модный человек» (авторский вариант), «Тест юмористических фраз» А. Г. Шмелева, В. С. Болдыревой в модификации Е. В. Павленко, методику «Предпочитаемые переживания» Е. И. Додонова и шкалу измерения самомониторинга М. Снайдера [16].

Анализ личностного смысла позволяет утверждать, что мода занимает существенное место в жизни подростков. В сознании подростков мода представлена достаточно широким спектром понятий, отражающих ее ценность и принятие. Категоричное и глобальное «мода — это все» осознается в сочетании с эмоциональным «мода — это интересно, это клево» и узко обыденным «мода — это современная одежда». В целом смысловое пространство моды включает в себя такие конструкты, как «стиль», «атрибут жизни», «индивидуальность», «демонстративность», «современность», «интерес», «гламур, шик, блеск, красота», «равнодушие», «отрицание». Однако возникает впечатление, что глубина осознания смысла моды и возможных ее проявлений еще недостаточна в подростковом возрасте. Большинство из указанных конструктов распространяется не только на личностный смысл моды и модного человека. Во многом аналогичными конструктами описываются функции моды, условия принятия себя модным человеком и окружающих как людей, склонных к модному поведению, риски следования моде и т. п.

Подростки осознают моду прежде всего как стиль — 36,6% опрошенных. Мода — это «соблюдение стиля», «умение одеваться стильно, красиво». Несмотря на стремление к нарушению упорядоченности, к выходу за границы дозволенного школой и семьей, подросткам требуются определенные ориентиры внешней и внутренней организованности. Видимо, стиль и, главным образом, стиль в одежде, отражающий гармонию внешнего выражения собственного Я и содержания внутренней жизни, может стать одним из упорядочивающих факторов. Логично предположить, что дисбаланс поведения и внутренних состояний, глубинных переживаний подростков может выражаться в тех или иных стилевых предпочтениях. Связывая моду со стилем, подростки отчетливо осознают, что этот стиль принимается большинством. Мода для них — скорее массовое, чем единичное явление. Возможность выразить свою индивидуальность в моде видят только 10,0% опрошенных подростков.

Традиционно мода воспринимается в качестве способа принятия общественных норм и правил. Наряду с этим мода выполняет функцию самопрезентации конкретной личности. Она служит оригинальным способом выражения собственного Я, предполагая как полное подчинение традициям, так и протест против явного или так воспринимаемого давления общества. Видимо, с этим связано осознание, хотя и небольшой частью подростков — 6,7% опрошенных, — возможности демонстрировать себя. С точки зрения подростков, с помощью моды можно «выразить себя перед другими», показать «что ты лучше», «можно не быть, как все».

Атрибутивная ценность моды подчеркивается осознанием ее обыденности. Ряд подростков (13,4%

опрошенных) видит в моде атрибут жизни: «одежду», «вещи», «прически» и только 3,3% из них придают моде смысл чего-то «гламурного», «шикарного», «блестящего», того, «что носят на подиумах», «что показывают дизайнеры».

Ориентация моды на новое отражается в сознании небольшой части подростков. Связь моды с современностью, важная для многих подростков прошлого времени, осознают лишь 10,0% опрошенных нами современных подростков, для которых мода — «возможность идти в ногу со временем».

Принятие моды отчетливо раскрывается в понимании ее функций в жизни человека. С точки зрения подростков, возможность «влиться в толпу», «не отличаться от других внешним видом» обеспечивается функцией *социализации.* Наоборот, «выделяться из толпы» позволяет противоположная функция — функция *индивидуализации.* В подростковом возрасте важна способность к открытому и свободному самовыражению в среде сверстников и взрослых. Неспособность или элементарное неумение преподносить себя окружающим тяжело, порой драматично, переживаются подростками, искажают их представления о себе, снижают самоценность. В этом нередко скрывается основная причина болезненных переживаний кризисов личностного роста. Вполне понятно, что следование моде в явной или скрытой форме выполняет функцию *самопрезентации:* «показать свой статус», «производить впечатление на других». С помощью моды подростки не только создают определенное впечатление о себе, но и контролируют его. Мода превращается в некоторый рычаг воздействия на окружающих и регуляции дистанции с ними. Сегодня подростки считают, что мода демонстрирует социальное расслоение. Кроме того, подростки приписывают моде *защитную* функцию, поскольку соответствием моде гарантируется «чувство комфорта», «удовлетворение собой», «симпатия к себе».

Серьезное отношение подростков к моде заключается в осознании ее связи с базисными потребностями человека. Этот аспект молодежного принятия моды не всегда осознается окружающими. Стремление взрослых подчеркнуть незрелость ребенка и одновременно усилить собственную значимость, необходимость уважения старшего поколения, существование непреодолимых границ между поколениями часто завершается обвинениями в легкомысленном отношении именно к моде. Более того, среди исследователей и стилистов встречается мнение о том, что мода не затрагивает потребности человека. Как считают подростки (примерно треть подростков, опрошенных нами), мода удовлетворяет определенные потребности человека, прежде всего — эстетические. Они полагают, что мода нужна, чтобы «существовала красота», «чтобы выглядеть красиво», «лучше выглядеть» и т. п. Кроме того, мода способна удовлетворять потребность в жизненной активности, например, помочь «преодолевать скуку», «принимать разные роли», а также потребность в самовыражении.

Несколько неожиданно выглядит слабая представленность в сознании подростков особенностей моды, отражающих культурные аспекты современной реальности. Кстати, смысловое пространство понятия

«культурный человек», которое конструируют в своем сознании подростки, не включает в себя ни моду, ни модность, ни модное поведение [14]. Возможная причина такого отношения, видимо, кроется в упрощенном понимании как культуры, так и моды, а также соотношения между ними. Так, например, А. А. Корольков, размышляя о соотношении культуры и цивилизации, отмечает, что цивилизованный человек может выглядеть вполне культурным, поскольку он носит модный костюм [8].

Потребность быть модным человеком как один из существенных элементов принятия моды свойственна подавляющему большинству обследованных нами подростков. Однако представления о модном человеке в подростковом возрасте сводятся в основном к красивой одежде. При изображении модного человека 62,5% участников нашего исследования прорисовывают элегантную одежду и аксессуары известных западных фирм, которые указывают на престиж обладателя данной вещи и следование общим модным течениям: D&G, OGGi, Armani, Kalvin, Kicin, GUCCI, SELA, Puma, Adidas и т. п. Лишь для небольшой части подростков (18,8% опрошенных) модный человек превращается в выразителя особых молодежных течений и субкультуры. Видимо, поэтому модный человек изображается с гитарой, с сигаретой во рту, с серьгой в носу или в губе, с татуировкой. Протестный смысл моды отражается в изображении модного человека со знаком дьявола (поднятые указательный палец и мизинец), черепа и даже свастики. На одном из рисунков подобного типа приписано «Я одеваюсь, как хочу, а не так, как диктует общество».

Только 3,6% опрошенных нами подростков отрицают желание соответствовать моде. Также небольшая часть подростков (13,3% участвовавших в исследовании) оказалась или равнодушной по отношению к моде, или отрицающей ее значимость. Их позицию отражают высказывания о том, что мода — «почти ничто, я одеваюсь под настроение», «не смысл в жизни», «для меня понятие “мода” не существует» и т. п. Такая позиция может быть как протестом, так и психологической защитой. Нельзя отрицать возможный негативный опыт приложения моды к решению собственных жизненных проблем, которых достаточно в подростковом возрасте.

Подростки довольно высоко оценивают собственную модность — 69,37±16,72 балла из 100 максимально возможных баллов. Оценки возрастают при рефлексии желаемого уровня модности. Притязания на модность достигают 80,84±20,73 балла. В то же время собственную модность подростки принимают неоднозначно, что следует из эмоциональных реакций на комплимент по поводу модного вида. В том случае, когда окружающие отмечают модный вид или соответствующее моде поведение, больше половины из них испытывают положительные эмоции. Они «радуются», переживают «удовольствие», «счастье», испытывают «гордость». Комплименты льстят подросткам, вызывают приятное, приподнятое настроение. Тем не менее, подростки могут безразлично относиться к оценке окружающими их модности. Среди опрошенных нами подростков таких оказалось 24,0%. Они или принимают замечание о собственной модности как должное, спокойно со-

глашаются с тем, что они — модные люди («я знаю это»), или игнорируют комплимент, стараются «никак не реагировать». Лишь у незначительной части подростков — 3,5% опрошенных — подчеркивание их модности вызывает смущение, ощущение неловкости, недоверие к подобным оценкам. Предположительно повышенная ранимость и обидчивость, недостаточная самоценность в связи с негативным опытом собственного модного поведения создают почву для защитных реакций. Подростки склонны отрицать собственную модность, смеяться над ней.

Совпадает с общепсихологическими возрастными тенденциями развития тот факт, что общение со сверстниками — основная жизненная сфера, где подросткам хочется быть модными. Такое желание мы встретили у 38,5% опрошенных подростков. Подростки осознают необходимость соответствовать моде, когда находятся на свидании, на улице, в компании, в школе, с друзьями. Коммуникативная активность с ее разнообразием форм и векторов — ведущая в подростковом возрасте. Для того чтобы занять и утвердить ту или иную позицию среди сверстников и взрослых, подросткам требуются внешние маркеры. Предпочтение определенного стиля поведения или оформления внешности, выбор соответствующей атрибутики начинает играть роль подобного маркера. Это обеспечивает подростку доверие со стороны значимых людей, принятие в первую очередь референтной группой. В свою очередь, межличностное общение, особенно со сверстниками, может создавать определенный стиль поведения, образец самопрезентации. У ряда подростков — 26,9% — желание видеть себя модным усиливается и под влиянием процессов внутренней жизни: «мне это надо», «когда скверное настроение», «когда хорошее настроение», «когда я счастлив».

В то же время сами подростки не испытывают желания выделяться с помощью моды из своего окружения. Экстравагантность как выражение скептического отношения к нормам и стремления к свободе самовыражения, вплоть до радикальной внешней самопрезентации, принимается подростками с большой осторожностью. Возникает впечатление, что подростки в определенной мере боятся выходить за рамки моды, иллюстрирующей признание общественных правил и следование групповым нормам.

Мода, как любое социально-психологическое воздействие на человека, несет в себе определенный риск. Более одной трети подростков отчетливо осознают возможные ловушки модного поведения. С их точки зрения, человек, который следует моде, рискует. Причина риска — прежде всего, в непостоянстве, во временном характере моды, в том, что мода «не всегда актуальна», «скоро закончится», «исчезнет», «слишком быстро меняется», «слишком спешит». Примечательно, что подростки видят возможность превращения моды во зло. Мода может превратиться в «адское зло», «доведет до крайностей», «будет жестокой». Она может «портить жизнь», вызвать «болезнь», «хаос», «страх», «бред». Небольшая часть (4,0%) подростков отмечает финансовый риск (мода «разорит меня», «зря затраченные средства»). В следовании моде отмечается также

риск упущенных возможностей: «мне не понравится», «пройдет мимо меня», «резко изменится, и я не успею изменить свой стиль», «станет не такой». Подростки осознают риск потери индивидуальности («иногда убивает индивидуальность», «это шаблон, по которому живут миллионы людей»), а также риск утраты интереса к самой моде («станет неинтересна людям»).

Принятие моды предполагает определенное соответствие между пониманием ее сущности и эмоционально-потребностной сферой человека. Как оказалось, в группе подростков, участвовавших в данном исследовании, интеграция показателей принятия моды и ценности эмоций выражена слабо. Можно предполагать достаточно большую свободу выражения отношения к моде и к модному поведению подростков, которые воспитываются в обычных современных условиях, предполагающих наличие определенного культурного круга (например, семьи). На этот круг обычно подросток опирается в формировании собственных представлений о моде. В таком случае происходит естественное включение моды в разные аспекты жизни. В этом возрасте возможная причина также кроится и в недостаточно глубоком понимании неоднозначности моды, ее роли в развитии личности, общества и культуры в целом.

Тем не менее, результаты корреляционного анализа позволяют предполагать, что принятие моды включено в эмоциональную сферу подростка, которая тесным образом связана с потребностями. При этом наибольшую роль в интеграции сферы моды и ценности некоторых эмоций играет показатель притязаний на модность. Как оказалось, чем выше уровень притязания на модность, тем больше подростки ценят акизитивные, гедонистические и праксические эмоции. Согласно концепции Б. И. Додонова, акизитивные эмоции возникают при удовлетворении потребностей, связанных с приобретением вещей. Источник гедонистических эмоций — хорошее физическое самочувствие, наслаждение всеми сторонами жизни, включая вкусную еду, отдых и другие возможные удовольствия. Праксические эмоции воплощают радость при достижении успеха [4]. Подростки, стремящиеся достичь высокого уровня модности, испытывают радостное волнение, трепет, нетерпение при приобретении новых вещей. Их вдохновляет мысль, что вещей станет еще больше. Они получают удовольствие от жизни, их радует реальный успех. Важно и обратное: положительные эмоции, которые сопровождают приобретение новых вещей, достижение успеха, как и ощущение беззаботности жизни, способствуют повышению уровня притязаний на модность. Возможно, что одна из причин стремления подростков к обретению цивилизационных достижений — к расширению своего гардероба, мобильных, компьютерных, ауди- и видеосредств или просто к коллекционированию чего-либо — скрывается в доминирующей ценности акизитивных и гедонистических эмоций. Вполне вероятно, что изменение ценностного профиля эмоций может повлечь и трансформацию жизненных ориентаций подростков [12].

С ценностью гедонистических и эстетических эмоций соотносится такой показатель принятия моды, как эктравагантность. Однако стремление

подростков к преодолению нормативного поведения с помощью моды сочетается со снижением ценности удовольствия от жизни. И, наоборот, чем больше подростки испытывают положительных эмоций от получения удовольствия, тем меньше им свойственна экстравагантность. Мода ассоциируется с красотой, подобные ассоциации свойственны и подросткам. Ценность эстетических эмоций возрастает при межличностной самопрезентации, и она снижается при стремлении к экстравагантности. Важно и обратное: контроль за своим поведением в межличностном взаимодействии расширяет спектр позитивных переживаний при соприкосновении с красотой.

Конечно, полученные нами результаты следует рассматривать лишь как тенденции, отражающие особенности принятия моды в подростковом возрасте. Безусловным, пожалуй, можно считать то, что в феномене принятия моды, особенно в его смысловой составляющей, подростки, как в голограмме, объемно фиксируют и затем воссоздают уникальные признаки современной им социальной ситуации. Личностный смысл моды отражает преимущественно сложившиеся общественные представления, создаваемые сегодня мощными механизмами индустрии моды. В воспитании культуры моды не может не учитываться особая роль телевидения, рекламы и других средств массовой информации. Семья, воздействие которой остается достаточно мощным, скорее играет сдерживающую роль в возникновении модных, но противоречащих культуре явлений. Семья усиливает интерес к моде и возможность выражать в модном поведении свою индивидуальность. В то же время в подростковом смысле моды происходит конвергенция требований, которые предъявляет мир к человеку, и состояний собственной внутренней жизни, ассимилированных культурных традиций семьи и общества.

Несмотря на широкий спектр исследований в области психологии моды, многие аспекты этой проблемы остаются недостаточно освещенными и раскрытыми [7]. Перспективным выглядит изучение личностного смысла моды подростков, воспитывающихся в депривационных условиях, в частности, воспитанников детского дома. Первое предположение, которое возникает при постановке подобной проблемы, касается того, что искажение коммуникативного опыта и существенные ограничения в удовлетворении базовых потребностей обедняют представления подростков-сирот о моде, ее функциях и формируют страх модного поведения. Естественно, эта гипотеза требует специальной экспериментальной проверки.

Осмысление полученных результатов, как и данных других специалистов, определяет вектор еще одного исследовательского поиска. Он ориентирует на экспериментальное доказательство профилактического и корректирующего потенциала модного поведения. Судя по полученным нами данным, следование моде, а главное, — формирование модного стиля, который затрагивает внутренний мир, проявляемый вовне, может стать социально приемлемым способом самореализации подростков. Связь же принятия моды с эмоционально-потребностной сферой позволяет надеяться на воз-

можность смещения деструктивных ориентаций (курение, злоупотребления алкоголем, психоактивными веществами и т. п.) в область конструктивных (творчество, спорт, мода и т. п.).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Брант С.* Корабль дураков // *Сакс Г.* Избранное. М.: Худож. лит., 1989.
2. *Гофман А. Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. СПб.: Питер, 2004.
3. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. М.: Рус. яз., 2002. Т. 2: И–О. 2002.
4. *Додонов Б. И.* Эмоции как ценность. М.: Политиздат, 1978.
5. *Жилина Л. Н., Фролова Н. Т.* Проблемы потребления и воспитания личности. М., 1969.
6. *Килошенко М. И.* Психология моды. СПб.: ОНИКС, 2006.
7. *Китаев П. М.* Культура: человеческое измерение. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1997.
8. *Корольков А. А.* Духовный смысл русской культуры. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006.
9. Общая психодиагностика / Под ред. А. А. Бодалева, В. В. Столина. М.: МГУ, 1987.
10. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка. М.: Рус. яз., 1978.
11. *Посохова С. Т., Марченкова Н. В.* Адаптивные возможности комического в подростковом возрасте // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 2. СПб.: СПбГУ, 1998.
12. *Посохова С. Т., Башкина Ю. Д.* Рискованное поведение и возможные сферы самореализации подростков // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 12 / Под ред. Л. А. Коростылевой. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2008.
13. *Посохова С. Т., Иванова Н. В.* Юмор и адаптационный потенциал подростков с проблемами в развитии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. Вып. 1. Ч. 1. СПб., 2009.
14. *Посохова С. Т.* Представления современных подростков о культуре // Психологические проблемы взаимовлияния культур и целостность личности / Под ред. О. И. Даниленко. СПб., 2009.
15. *Пыляев М. И.* Старое житье. Замечательные чудаки и оригиналы. СПб.: Паритет, 2009.
16. Справочник практического психолога. Психодиагностика // Сост. С. Т. Посохова. М.: АСТ; СПб.: Сова, 2005.
17. *Фромм Э.* Психоанализ и этика. М.: Республика, 1993. 415 с.

REFERENCES

1. *Brand S.* Korabl' durakov. Saks G. Izbrannoe. M.: Hudozh. lit., 1989.
2. *Gofman A. B.* Moda i ljudi. Novaja teorija mody i modnogo povedenija. SPb.: Piter, 2004.
3. *Dal' V. I.* Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka: V 4 t. M.: Rus. Jaz., 2002. T. 2: I–O. 2002.
4. *Dodonov B.* JEmocii kak cennost'. M.: Politizdat, 1978.
5. *Zhilina L. N., Frolova N. T.* Problemy potreblenija i vospitanija lichnosti. M., 1969.
6. *Kiloshenko M. I.* Psihologija mody. SPb.: ONIKS, 2006.
7. *Kitaev P. M.* Kul'tura: chelovecheskoe izmerenie. SPb.: Izd-vo SPbGU, 1997.
8. *Korol'kov A. A.* Duhovnyj smysl russkoj kul'tury. SPb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2006.
9. Obschaja psihodiagnostika / Pod red. A. A. Bodaleva, V. V. Stolina. M.: MGU, 1987.

10. *Ozhegov S. I.* Slovar' russkogo jazyka. M.: Rus. jaz., 1978.

11. *Posokhova S. T., Marchenkova N. V.* Adaptivnye vozmozhnosti komicheskogo v podrostkovom vozraste // Psihologicheskie problemy samorealizacii lichnosti: Vyp. 2. SPb.: SPbGU, 1998.

12. *Posokhova S. T., Bashkina Ju. D.* Riskovannoe povedenie i vozmozhnye sfery samorealizacii podrostkov // Psihologicheskie problemy samorealizacii lichnosti. Vyp. 12 / Pod rad. L. A. Korostylevoj. SPb.: Izd-vo S.-Peterburgskogo universiteta, 2008.

13. *Posokhova S. T., Ivanova N. V.* Jumor i adaptacionnyj potencial podrostkov s problemami v razvitii // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Serija 12. Vyp. 1. Ch. 1. SPb., 2009.

14. *Posokhova S. T.* Predstavlenija sovremennyh podrostkov o kul'ture // Psihologicheskie problemy vzaimovlijanija kul'tur i celostnost' lichnosti / Pod red. O. I. Dani-lenko. SPb., 2009.

15. *Pyljaev M. I.* Staroe zhit'e. Zamechatel'nye chudaki i originaly. SPb.: «Paritet», 2009.

16. Spravochnik prakticheskogo psihologa. Psihodiagnostika // Sost. S. T. Posokhova. M.: AST; SPb.: Sova, 2005.

17. *Fromm Je*. Psihoanaliz i etika. M.: Respublika, 1993. 415 s.