

Научная статья

УДК 159

DOI: 10.20323/1813-145X_2023_4_133_129

EDN: SYNYIQ

Ценностно-смысловые ориентации и самоотношение молодежи с разными типами изменения внешности

Татьяна Альбертовна Фассахова¹, Анна Геннадьевна Самохвалова²

¹Старший преподаватель, Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19; аспирантка, Костромской государственной университет, 156000, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17

²Доктор психологических наук, директор Института педагогики и психологии, Костромской государственной университет. 156000, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17

¹Fassakhova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2542-0074>

²a_samohvalova@ksu.edu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4401-053X>

Аннотация. Статья посвящена выявлению ценностной структуры молодых людей, а также определению их самоотношения и значимости внешнего облика в общей структуре ценностных ориентаций личности. В исследовании приняли участие 90 человек — молодые люди 18-21 года, проживающие в Екатеринбурге обратившиеся за психологической помощью в Центр когнитивных технологий г. Екатеринбурга. Тридцать человек из общей выборки имеют типичную внешность, шестьдесят человек — альтернативную внешность (30 человек имеют множественные татуировки — более 60 % тела; 30 человек имеют дефицит массы тела, при этом продолжают активно худеть, прибегая к различным диетам). В статье показаны достоверные различия между респондентами с разными типами преобразования внешности в структуре их ценностных ориентаций, в значимости привлекательного внешнего облика для достижения жизненных целей и уровне самоотношения. Установлено, что привлекательный внешний облик, по мнению современной молодежи, не является приоритетной ценностью, однако способствует повышению уверенности в себе, построению близких отношений, достижению материально обеспеченной жизни. Респонденты, имеющие татуировки, придают ему большее значение, чем респонденты других групп.

Молодые люди, активно изменяющие свою внешность, наиболее всего в жизни ценят свободу. Изменение внешности становится для них попыткой выразить свою идентичность, индивидуальность, активную жизненную позицию, заявить о своей самостоятельности и независимости. Татуированная молодежь имеет высокий уровень самоуважения и самоуверенности, в то время как респонденты с дефицитом массы тела имеют самый низкий уровень самоуважения, самоинтереса и самопонимания; их образ будущего четко не сформирован, они не чувствительны к собственным потребностям и желаниям, зациклены на изменении внешности во вред собственному здоровью.

Ключевые слова: молодежь; внешний облик; ценностно-смысловые ориентации; самоотношение

Исследование выполнено в рамках Государственного задания Министерства высшего образования и науки FZEW-2023-0003 «Социализация, идентичность и жизненные стратегии молодежи в условиях «новых войн»

Для цитирования: Фассахова Т. А., Самохвалова А. Г. Ценностно-смысловые ориентации и самоотношение молодежи с разными типами изменения внешности // Ярославский педагогический вестник. 2023. № 4 (133). С. 129-139. http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X_2023_4_133_129. <https://elibrary.ru/SYNYIQ>

Original article

Value-semantic orientations and self-attitude of young people with different types of changes in appearance

Tatiana A. Fassakhova¹, Anna G. Samokhvalova²

¹Senior lecturer, Ural federal university named after first president of Russia B. N. Yeltsin. 620002, Yekaterinburg, Mir st., 19; post-graduate student, Kostroma state university, 156000, Kostroma, Dzerzhinsky st., 17

²Doctor of psychological sciences, director of institute of pedagogy and psychology, Kostroma state university. 156000, Kostroma, Dzerzhinsky st., 17

© Фассахова Т. А., Самохвалова А. Г., 2023

¹Fassakhova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2542-0074>

²a_samohvalova@ksu.edu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4401-053X>

Abstract. The article is devoted to identifying the value structure of young people, as well as determining their self-relationship and the significance of their appearance in the overall structure of the value orientations of the individual. The study involved 90 people — young people aged 18-21 living in Yekaterinburg. Thirty people from the general sample have a typical appearance, sixty people have an alternative appearance (30 people have multiple tattoos, more than 60% of the body; 30 people are underweight, actively losing weight and experiencing various diets, who applied for psychological help to the Center for Cognitive Technologies in Yekaterinburg. The article shows significant differences between respondents with different types of appearance transformation in the structure of their value orientations, in the importance of an attractive appearance for achieving life goals and the level of self-attitude. self-confidence, building close relationships, achieving financially secure life. Respondents with tattoos attach more importance to it than respondents from other groups.

Young people who actively change their appearance value freedom most of all in life. Changing their appearance for them becomes an attempt to express their identity, individuality, active life position, to declare their self reliance and independence. Tattooed youth have a high level of self-esteem and self-confidence, while underweight respondents have the lowest level of self-esteem, self-interest and self-understanding; their image of the future is not clearly formed, they are not sensitive to their own needs and desires, fixated on changing their appearance to the detriment of their own health.

Keywords: youth; appearance; value-semantic orientations; self-attitude

The study was carried out within the framework of the State assignment of the Ministry of Higher Education and Science FZEW-2023-0003 «Socialization, identity and life strategies of young people in the context of the «new wars»

For citation: Fassakhova T. A., Samokhvalova A. G. Value-semantic orientations and self-attitude of young people with different types of changes in appearance. *Yaroslavl pedagogical bulletin*. 2023; (4): 129-139. (In Russ.). http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X_2023_4_133_129. <https://elibrary.ru/SYNYIQ>

Введение

Проблема внешнего облика (далее ВО) актуальна для человека во все времена. Самоотношение и самооценка молодежи во многом зависит от оценок окружающими их внешности, соответствия принятым в обществе идеалам фигуры, красоты, стиля. В СМИ транслируется образ идеального лица, тела, стандартов «красивой жизни». Эта индустрия подталкивает молодого человека к постоянному оцениванию себя и сравнению себя с другими, формирует ценности, установки, «размышления» о своем теле, критерии оценки внешнего облика.

В зарубежной психологии особенно часто обсуждается проблема влияния привлекательно-го/непривлекательного ВО на качество жизни человека [Curkovic, 2010; Gupta, 2016; Jaeger, 2011; Jáuregui-Lobera, 2022; Kaczmarek, 2016], ВО трактуется как вид «инвестиций» в благополучие/неблагополучие человека [Noser, 2014]. Значимую роль влияния на отношение к внешности приписывают средствам массовой информации и коммуникации [Levine, 2016; Halliwell, 2013; Mulgrew, 2014; Jarman, 2020], признается влияние социально-культурных, биологических, генетических, индивидуально-личностных, гендерных факторов, влияющих на активность в из-

менении внешности [Dohnt, 2016; Swami, 2010, Rollero, 2013; Swami, 2010].

В отечественной психологии проблема ВО разрабатывается в основном в русле социальной психологии. Актуально изучение ценности ВО и отношения к нему в рамках многофакторной эмпирической модели [Лабунская, 2021]. Изучаются вопросы оценки, самооценки, удовлетворенности, обеспокоенности компонентами ВО [Лабунская, 2016; Лабунская, 2017], уделяется особое внимание социокультурным факторам отношения к ВО (влияние друзей, семьи, значимых других, СМИ) [Социальная психология внешнего облика ... , 2019], изучаются взаимосвязи между самооценкой ВО и удовлетворенностью жизнью [Белугина, 2004; Попова, 2018; Лабунская, 2019].

В последнее десятилетие возрастает интерес к рассмотрению ВО в рамках ценностного подхода [Лабунская, 2018], появляются исследования, рассматривающие место привлекательного ВО в системе ценностей молодых людей, значимость привлекательного ВО для самореализации в различных сферах жизнедеятельности [Капитанова, 2018]. Однако в научном дискурсе отсутствуют исследования, выявляющие «модные тенденции» современной молодежи, определяющие желание кардинально изменить свою внешность. Актуальным остается вопрос: почему одни молодые

люди более уязвимы к социокультурным установкам в отношении идеальной внешности, а другие менее подвержены их влиянию?

С одной стороны, ВО представляется как знаковая система, как репрезентация социального в человеке, с другой — как форма объективизации внутреннего мира личности [Социальная психология внешнего облика ... , 2019]. Активность в изменении внешности как целенаправленный осознанный процесс, с одной стороны, подвергается влиянию социокультурных факторов, с другой — зависит от индивидуально-личностных характеристик человека.

Ценности формируют идеалы, ориентируют человека в окружающем мире и побуждают к действиям, управляют его поведением. На процесс формирования системы ценностей и ценностных ориентаций личности в различной степени влияют такие социальные институты, как семья, система образования, средства массовой информации и коммуникации. Ценностные ориентации формируются на основе смыслового отношения человека к миру, опосредованного культурно-историческими особенностями общества, к которому он принадлежит [Гузева, 2016]. Тело всегда созвучно эпохе, отражает ее ожидания и представления как об идеальном, так и о нормальном теле. В каждый период человеческой истории существует несколько конкурирующих моделей тела, находящихся в конфронтации; представления об идеальном теле носят групповой или классовый характер, соотносятся с пониманием прекрасного и нормального. Тело может быть как частью общей культурной и социальной картины мира, сливаясь с другими такими же телами, так и демонстративно диссонировать с окружающей действительностью [Яременко, 1997].

Молодой возраст, возраст студента, характеризуется изменениями условий, влияющих на личностное развитие, школа сменяется вузом, происходит отрыв от семьи, появляется больше свободы и самостоятельности. В процессе взаимодействия со сверстниками молодой человек стремится занять среди них достойное место, построить близкие отношения. Сдвигаются ценностные ориентиры личности, и на основе изучения ценностных ориентаций молодежи можно судить о трансформации общества и развития индивида.

Респондентами в нашем исследовании были молодые люди, стремящиеся изменить собственную внешность с помощью либо многочислен-

ных татуировок на теле, либо изнуряющего похудения. Почему наш интерес ограничился этими группами?

Известно, что традиция наносить рисунки на тело существует еще с древности. Тату всегда имело культуральное значение, предполагающее отношение к определенной идентичности, культуре и субкультуре, иерархии. Если в средневековой Европе тату использовалось для клеймения преступников, в современном европейском менталитете татуирование стало модным веянием среди молодежи и взрослых, сродни искусству. Такой вид изменения внешности служит привлечению дополнительного внимания окружающих, позволяет вызвать восхищение или удивление, а также обеспечивает некий эротический эффект в зависимости не столько от изображения, сколько от локализации *bodi*-рисунка [Воробоева, 2016]. Посыл «мое тело — мое дело» (тело принадлежит только человеку, и он может делать с ним все, что ему захочется) раскрепощает и «разрешает» наносить знаки на тело. В то же время мотивация нанесения рисунка на тело остается ключевым вопросом анализа модификации тела как феномена протестной телесности.

Отметим также, что в современном обществе пропагандируется утрированный идеал стройности, которому соответствует худое, плоское тело. Молодые люди особенно сильно подвергаются давлению этого идеала со стороны социума и пытаются ему соответствовать. Положительная оценка и внимание к человеку существенно зависят от его внешнего вида, соответственно, самоощущение также имеет связь с оценкой фигуры. Именно это нередко становится главным мотиватором использования изнуряющих диет с целью резкого снижения веса.

Таким образом, *цель исследования* — изучение ценностно-смысловых предикторов изменения внешности молодого человека. Для достижения цели исследования решался ряд *задач*: изучение места ценности ВО облика в структуре ценностей молодых людей с разными типами изменения внешности; сравнение респондентов с разными типами изменения внешности по значимости привлекательного ВО как инструментальной ценности для достижения других терминальных ценностей, а также по показателю удовлетворенности внешностью, уровню самоотношения и самооценки.

В исследовании приняли участие 90 человек — молодые люди в возрасте 18-21 года, проживающие в г. Екатеринбурге, обучающиеся на

1-2 курсах Уральского федерального университета им. Б. Н. Ельцина, девушки ($n = 52$) и юноши ($n = 38$). Тридцать человек из общей выборки имеют типичную внешность, не мотивированы на ее изменение; шестьдесят человек имеют альтернативную внешность (30 человек — молодые люди с множественными татуировками (более 60 % тела); 30 человек — лица с дефицитом массы тела, несмотря ни на что продолжающие изнурять себя многочисленными диетами и желающие продолжать худеть, обратившиеся за психологической помощью в Центр когнитивных технологий г. Екатеринбурга (то есть не имеющие клинического диагноза, связанного с нарушением психики).

Таким образом, сравнивались 3 группы молодых людей: 1 группа — с типичной внешностью (далее — «Норма»), 72,5 % женщины, 27,5 % мужчин; 2 группа — молодые люди с татуировками (далее «Тату»), 83 % мужчин и 17 % женщин; 3 группа — молодые люди с альтернативной внешностью, имеющие дефицит массы тела (далее «ДМТ»), 16 % мужчин и 84 % женщин.

Методы исследования

Респондентам были предложены следующие методики: методика определения ценностных ориентаций М. Рокича в модификации Г. В. Серикова [Социальная психология внешнего облика ... , 2019]; методика «Значимость привлекательного внешнего облика как инструменталь-

ной ценности для достижения жизненных ценностей в представлении молодых людей» [Социальная психология внешнего облика ... , 2019]; анкета В. А. Лабунской и Г. В. Серикова «Оценка значимости привлекательного внешнего облика для улучшения различных аспектов жизнедеятельности», методика «Процентная прямая шкала удовлетворенности внешним обликом», опросник Дембо — Рубинштейн для определения самооценки, тест-опросник самоотношения (ОСО) С. Р. Пантелеева, В. В. Столина [Столин, 1988].

Для обработки эмпирических данных использовались процедуры с применением пакета статистических программ SPSS 22.0: описательная статистика, однофакторный дисперсионный анализ ANOVA, методы выявления различий (парные сравнения групп Тьюки, хи-квадрат Фридмана, парные сравнения (Дурбин — Коновер); критерий Колмогорова — Смирнова для определения нормального распределения выборки.

Результаты исследования и их обсуждение

На основе ранжирования средних показателей рангов терминальных и инструментальных ценностей составлена иерархия ценностей молодежи.

В ходе сравнительного анализа выделены *терминальные ценности*, характерные для каждой из трех исследовательских групп (Табл. 1).

Таблица 1

Иерархия терминальных ценностей молодежи

Группа «Норма»	Среднее значение ранга	Группа «Тату»	Среднее значение ранга	Группа «ДМТ»	Среднее значения ранга
Здоровье (физическое и психическое)	7,61	Свобода (самостоятельность, независимость)	6,60	Свобода (самостоятельность, независимость)	6,48
Уверенность в себе	8,23	Эмоциональная насыщенность жизни	8,67	Здоровье (физическое и психическое)	6,62
Любовь	8,56	Наличие хороших и верных друзей	8,80	Любовь	6,71
Материально обеспеченная жизнь	8,60	Развитие (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование)	8,87	Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)	6,90
Свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках)	8,84	Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)	9,33	Материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных проблем)	7,43
Развитие (работа над собой, постоянное совершенствование)	9,16	Познание (возможность расши-	9,67	Познание (возможность расши-	8,43

Группа «Норма»	Среднее значение ранга	Группа «Тату»	Среднее значение ранга	Группа «ДМТ»	Среднее значения ранга
янное физическое и духовное совершенствование)		рения своего кругозора)		рения своего кругозора)	
Наличие хороших и верных друзей	9,51	Привлекательный внешний облик	9,73	Интересная работа	8,67
Интересная работа	10,03	Интересная работа	9,87	Привлекательный внешний облик	10,71
Привлекательный внешний облик	11,32	Материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных проблем)	11,00	Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни)	12,14

Респонденты группы «Норма» на первое место поставили ценность «здоровье» (*физическое, психическое*) (1R), этот показатель достоверно отличается от всех остальных. Второй ранг (2R) получили *уверенность в себе, свобода, любовь, материально обеспеченная жизнь*; третий (3R) — *развитие, работа над собой, наличие хороших друзей, счастливая семейная жизнь, интересная работа, познание, жизненная мудрость* и др. В целом иерархия ключевых ценностей молодого человека, не стремящегося к изменению внешности, отражает особенности развития личности в данном возрасте: молодому человеку необходимо получить уважение со стороны окружающих, быть уверенным в собственных силах, независимым в поступках, строить близкие отношения с противоположным полом. *Привлекательный ВО* в этой группе занимает наименее значимые позиции в иерархии ценностей — молодые люди вполне удовлетворены

собой и не стремятся кардинально изменить внешность. Можно отметить, что ценность «здоровье» для людей 18-20 лет весьма нетипична, однако в ситуации высокой социальной неопределенности и нестабильности (пандемия, экономические санкции, частичная мобилизация населения, продолжительные военные действия) она приобретает доминантное значение.

Инструментальные ценности, характерные для разных исследовательских групп, сгруппированы также на основе выявленных достоверных отличий (Таблица 2). *Честность* (правдивость, искренность) (1R) доминирует во всех трех группах, достоверно отличаясь от остальных. Далее идут *ответственность, образованность, воспитанность, умение понять чужую точку зрения, рационализм, независимость* (способность действовать самостоятельно), *жизнерадостность* (2R).

Таблица 2

Иерархия инструментальных ценностей молодежи

Группа «Норма»	Среднее значение, ранг	Группа «Тату»	Среднее значение, ранг	Группа «ДМТ»	Среднее значение, ранг
Честность (правдивость, искренность)	8,28	Честность (правдивость, искренность)	6,33	Честность (правдивость, искренность)	4,90
Ответственность	8,82	Широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки)	8,07	Ответственность (чувство долга, умение держать свое слово)	7,05
Образованность	9,00	Образованность (широта знаний, высокий культурный уровень)	8,27	Терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)	7,29
Воспитанность, хорошие манеры	9,02	Чуткость (заботливость)	8,73	Смелость в отстаивании своего мнения	7,86

Группа «Норма»	Среднее значение, ранг	Группа «Тату»	Среднее значение, ранг	Группа «ДМТ»	Среднее значение, ранг
Широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки)	9,20	Ответственность (чувство долга, умение держать свое слово)	9,07	Самоконтроль (сдержанность, самодисциплина)	8,52
Стремление всегда быть в форме, улучшать свой внешний вид	11,30	Стремление всегда быть в форме, улучшать свой внешний вид	10,00	Стремление всегда быть в форме, улучшать свой внешний вид	12,19

Стремление всегда быть в хорошей форме также не свойственно молодым людям — имеет по значимости лишь четвертый ранг, наряду с аккуратностью, высокими притязаниями, неприимостью к недостаткам других.

При сравнении трех групп респондентов обнаружены достоверные различия по шкалам *свобода, активная жизнь, здоровье* (психическое и физическое), *терпимость к недостаткам других, материально обеспеченная жизнь, аккуратность* (Табл. 3).

Таблица 3

Достоверные различия терминальных и инструментальных ценностей ($p < 0,01$)

Ценность	Группа респондентов	Среднее значение ранга ценности	
		1	2
Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни)	Тату	8,67	
	Норма	9,72	
	ДМТ		12,14
Здоровье (физическое и психическое)	ДМТ	6,62	
	Норма	8,25	8,25
	Тату		10,27
Свобода	Норма	7,66	
	ДМТ		6,48
	Тату		6,66
Терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)	ДМТ	7,29	
	Норма		10,91
	Тату		11,80
Материально обеспеченная жизнь	ДМТ	7,43	
	Норма	7,63	
	Тату		11,00
Аккуратность	Норма	9,44	
	ДМТ		13,05
	Тату		13,27

Примечание: Если значения расположены в одном столбце, то при попарном сравнении они достоверно не отличаются друг от друга ($p > 0,05$).

На первое место респонденты обеих групп с разными типами изменения внешности («Тату» и «ДМТ») поставили ценность «Свобода» (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках) ($p < 0,001$). Можно предположить, что изменение внешнего облика в данном возрасте связано со стремлением к самостоятельности и независимости в поступках и суждениях. Молодые люди в поисках самовыражения делают рисунки на теле, обретая некоторую сепарацию от родителей, значимых взрослых, пытаются выразить свою индивидуальность, в некоторых случаях противопоставляя себя большинству. Стремление противостоять сложившимся идеалам кра-

соты, истощая свое тело, также может быть демонстрацией позиции независимости и автономности, отчасти протеста против социальных стереотипов («мое тело — мое дело»).

В группе респондентов «Тату» также значима *активная деятельная жизнь* (полнота и эмоциональная насыщенность жизни) и *наличие хороших и верных друзей* (2R), следующие позиции в иерархии ценностей занимают *развитие, работа над собой* (3R), *уверенность в себе* (4R). Это говорит о том, что для данной категории молодежи более важна принадлежность к определенной социальной группе, чем для остальных. Стремясь к интеграции с единомышленниками, они

готовы к самоизменениям, острым ощущениям. В частности, татуировки на всем теле служат для них знаком принадлежности к референтным группам (модным, конформным, девиантным), помогают найти определенный круг общения, чувствовать себя не одинокими, нивелируя тревожность и неуверенность.

С другой стороны, телесные модификации как проявление невербального общения могут служить средством самопрезентации, свидетельствовать о стремлении к самовыражению, проявлению протеста навязанным нормам.

В группе респондентов, имеющих дефицит массы тела, на втором месте в иерархии ценностей оказались «здоровье» (*физическое, психическое*), *любовь, уверенность в себе, внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий*. Респонденты больше других стремятся понять собственные чувства и избавиться от неуверенности в себе, постоянных сомнений в собственных действиях и поступках, обрести гармонию. По всей вероятности, они наиболее часто встречают осуждение со стороны окружающих и в значительной мере выше ценят такое качество, как *терпимость и уважение ко взглядам и мнениям других*.

Интересно, что привлекательный ВО, хотя и не является доминантной ценностью, все же ценится молодыми людьми, стремящимися к его изменению, больше, чем теми, кто не предпринимает попыток самоизменения (7R у группы «Тату», 9R у группы «ДМТ», 13 R у группы «Норма»). Следовательно, молодые люди сознательно изменяют то, что имеет для них ценность. Анализ данных по методике «Оценка значимости привлекательного внешнего облика для достижения жизненных ценностей» показал, что, с точки зрения участников исследования, привлекательный ВО в большей мере способствовал бы достижению *уверенности в себе (3,51), успешному построению близких отношений (3,09), достижению материально обеспеченной жизни (3,00)*. Наименее значимым привлекательный ВО оказался для обретения следующих ценностей: «счастье других», «красота природы». Наши данные схожи с данными ранее проводимых исследований [Сериков, 2019].

Несмотря на общие тенденции, выявлены достоверные различия в представлениях о значимости ВО у респондентов трех групп (Табл. 4).

Таблица 4

Достоверные различия значимости привлекательного внешнего облика как инструментальной ценности для достижения жизненных ценностей

Терминальные ценности	Группа респондентов			F	p
	«ДМТ»	«Тату»	«Норма»		
Активная деятельная жизнь	2,19	2,87	2,97	3,789	0,026
Наличие хороших, верных друзей	2,33	3,20	2,84	20,276	0,15
Счастливая семейная жизнь	1,76	2,93	2,94	4,435	0,001
Любовь (духовная и физическая близость с любимым)	2,05	3,40	3,13	10,597	0,001

Примечание: Жирным шрифтом выделены группа/ы, результаты в которых значимо отличаются от других/друг от друга, $p < 0,05$; шкала: 1 балл — «привлекательный внешний облик никак не помог бы в достижении терминальной ценности», 4 балла — «очень помог бы»

Сравнительный анализ показал, что респонденты с «ДМТ» в целом придают меньше значимости ВО для достижения терминальных ценностей. Привлекательная внешность, по их мнению, не поможет им создать счастливую семью и поддерживать в ней гармоничные отношения, обрести друзей, вступить в близкие отношения и поддерживать их, вести активную эмоционально насыщенную жизнь. Следовательно, изнуряя себя диетами в стремлении похудеть, они, в первую очередь, нацелены не на обеспечение будущего, а на достижение сформировавшихся у них идеалов красоты тела.

Напротив, респонденты группы «Тату» полагают, что привлекательный облик поможет им

найти друзей, обрести партнера для близких отношений. Несмотря на то, что молодые люди пытаются быть самостоятельными и независимыми, самовыражаясь через тату, для них важны интеграция с группой, поддержка и одобрение друзей, наличие романтических отношений. Прибегая к такой форме репрезентации своей идентичности, они чувствуют себя частью субкультурного объединения, обеспечивающего чувство собственной значимости и защищенности.

При этом татуированные респонденты вполне удовлетворены своим ВО: их средние показатели (7,44) по методике «Процентная прямая шкала удовлетворенности внешним обликом» достоверно не отличаются от показателей группы

«Норма» (7,87) и значимо выше ($p < 0,003$), чем в группе «ДМТ» (4,48).

Сравнительный анализ групп по методике «Тест-опросник самооотношения» показал, что все респонденты имеют высокий уровень *самоотношения* (среднее значение — 73,3 балла), что

вполне характерно для студенческой молодежи, склонной к самопознанию и саморазвитию. Достоверные различия выраженности самооотношения у респондентов разных групп выявлены по отдельным шкалам (Табл. 5).

Таблица 5

Достоверные различия самооотношения респондентов (ОСО)

Шкалы	Группа «ДМТ»	Группа «Тату»	Группа «Норма»	F	p
Шкала «самоуважение»	57,7	68,9	66,0	3,102	,05
Шкала «самоинтерес»	57,9	72,9	73,0	3,858	0,01
Шкала «самоуверенность»	58,2	71,6	65,5	3,109	,000
Шкала «самопонимание»	45,3	52,7	59,3	3,433	0,02

Примечание: Жирным шрифтом выделены/ы группа/ы, результаты в которых значимо отличаются, от других/друг от друга $p < 0,05$

Самый высокий уровень *самоуважения* имеют респонденты из группы «Тату», которые высоко себя ценят, уверены в себе (имеют самые высокие показатели по шкале «самоуверенность»), пользуются авторитетом у сверстников, удовлетворены своим ВО, гордятся тем, что люди обращают на них внимание. Самый низкий уровень *самоуважения* зафиксирован у респондентов группы «ДМТ», которые недовольны своим ВО, испытывают разнообразные комплексы, не уверены в себе (имеют самые низкие показатели по шкале «самоуверенность»). Также респондентов группы «ДМТ» отличают низкие значения по шкале «самопонимание», они не могут разобраться в себе, в своих целях и стремлениях, образ будущего четко не сформирован, диффузен, что, несомненно, является фактором, препятствующим психологическому благополучию субъекта. Низкий уровень *самоинтереса* также может рассматриваться как индикатор внутренней напряженности, нечувствительности к собственным потребностям и желаниям, заикленности на гиперзадаче похудения и изменения внешности.

Эти данные подтверждаются и результатами, полученными при изучении самооценки. Так, уровень удовлетворенности внешностью у респондентов из группы «ДМТ» ниже, чем у остальных, что связано с их перфекционизмом и завышенными требованиями к своему телу, весу, фигуре.

Заключение

Привлекательный ВО в представлениях современной молодежи 18-22 лет не является приоритетно значимой ценностью. Респонденты, имеющие недостаток массы тела, придерживающиеся диет, придают большее значение ВО и менее удовлетворены своим внешним видом, чем респонденты других групп. Вместе с тем привле-

кательный ВО, по мнению молодых людей, помогает добиваться успеха в жизни: способствует уверенности в себе, построению близких отношений, достижению материально обеспеченной жизни.

Молодые люди, активно изменяющие свою внешность (группы «Тату» и «ДМТ»), ставят ценность «Свобода» на первое место в иерархии ценностных ориентаций. Изменение внешности — это, с одной стороны, попытка выразить свою идентичность, индивидуальность, проявить активную жизненную позицию, заявить о своей самостоятельности, независимости в суждениях и поступках, с другой стороны, это стремление идентифицировать себя с референтной группой, осознать принадлежность к ней. Татуированные молодые люди имеют высокий уровень самоуважения и самоуверенности, в большей степени удовлетворены своим ВО, гордятся тем, что на них обращают внимание. Самый низкий уровень самоуважения, самоинтереса и самопонимания зафиксирован у респондентов группы «ДМТ», которые недовольны своим ВО, испытывают разнообразные комплексы, не уверены в себе. Их образ будущего четко не сформирован, они не чувствительны к собственным потребностям и желаниям, заиклены на изменении внешности во вред собственному здоровью.

Библиографический список

1. Белугина Е. В. Самооценка гендерно-возрастных и ролевых характеристик внешнего облика в период середины жизни // Северо-Кавказский психологический вестник. 2004. № 2. С. 105-111.
2. Воробьева Е. С. Татуирование как объект социологического исследования // ЖССА. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tatuirovanie-kak-obekt-sotsiologicheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 13.05.2023).
3. Варлашкина Е. А. Особенности образа физического Я и удовлетворенности жизнью у женщин с раз-

Т. А. Фассахова, А. Г. Самохвалова

ным уровнем активности ухода за внешностью // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2012. № 1. С. 4-10.

4. Гузева М. В. Ценности и ценностные ориентации личности в структуре духовно-нравственного воспитания // АНИ: педагогика и психология. 2016. № 2 (15). С. 40-48.

5. Капитанова Е. В. Внешний облик в структуре ценностных ориентаций молодых людей, обеспокоенных и удовлетворенных им // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. 2022. Т. 10. № 4 (39). С. 383-393.

6. Лабунская В. А. Самооценка и оценка внешнего облика членов студенческой группы как предикторы отношений межличностной значимости / В. А. Лабунская, Е. В. Капитанова // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 1. С. 72-87.

7. Лабунская В. А. Тренды изучения отношения к внешнему облику с позиций прикладной социальной психологии // Социальная психология и общество, 2021. Том 12. № 3 С. 128-150.

8. Лабунская В. А. Самооценка, ценность, значимость внешнего облика в студенческой среде и удовлетворенность жизнью // Южно-российский журнал социальных наук. 2019. № 4. С. 198-209.

9. Лабунская В. А. Теоретико-эмпирический анализ влияния социокультурных и социально-психологических факторов на оценки и самооценки молодых людей внешнего облика / В. А. Лабунская, И. И. Дроздова // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 2. С. 202-226.

10. Лабунская В. А. Обеспокоенность и удовлетворенность студентов своим внешним обликом как предикторы самооценок его компонентов и характеристик / В. А. Лабунская, Е. В. Капитанова // Российский психологический журнал. 2016. Т. 13. № 1. С. 167-183.

11. Лабунская В. А. Теоретические основы и методические подходы к изучению феномена «ценность внешнего облика» / В. А. Лабунская, Г. В. Сериков // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 91-103.

12. Попова Л. В. Анализ взаимосвязи уровня удовлетворенности жизнью и представлений о внешнем облике у студентов // Интернет-журнал «Мир науки». 2018. № 6. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/148PSMN618.pdf> (дата обращения: 10.06.2019).

13. Сериков Г. В. Привлекательный внешний облик как «инструментальная ценность», его значимость в молодежной среде // Психолог. 2018. № 6. С. 21-31.

14. Столин В. В. Опросник самоотношения / В. В. Столин, С. Р. Пантеев // Практикум по психодиагностике: Психодиагностические материалы. Москва: Изд-во Московского университета, 1988. С. 123-130.

15. Яременко С. Н. Внешность человека в культуре. Ростов-на-Дону: Изд-во ДГТУ, 1997. 287 с.

16. Ćurković K., Franc R. Physical attractiveness stereotype 'Beautiful is Good' in the context of the Big Five personality theory // Psihologijske Teme. 2010. Vol. 19. № 1. pp. 123-144.

17. Dohnt H., Tiggemann M. The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: A prospective study // Developmental Psychology, 42. 2006. p. 929-936.

18. Halliwell E. The impact of thin idealized media images on body satisfaction: does body appreciation protect women from negative effects? // Body Image. 2013. Vol. 10 (4). pp. 509-520.

19. Gupta N., Etoff N., Jaeger M. Beauty in Mind: The Effects of Physical Attractiveness on Psychological Well-Being and Distress // Journal of Happiness Studies. 2016. Vol. 17. № 3. pp. 1313-1325.

20. Ignacio Jáuregui-Lobera, Patricia Bolaños-Ríos Body image and quality of life in Spanish population // International Journal of General Medicine. 2011. Vol. 4. pp. 63-72.

21. Jaeger M. M. A Thing of Beauty is a Joy Forever? Returns to Physical Attractiveness over the Life Course // Social Forces. 2011. Vol. 89 (3). pp. 983-1003.

22. Kaczmarek L. D., Enko Jolanta, Awdziejczyk M., Hoffmann N. Would You Be Happier If You Looked Better? // A Focusing Illusion. J. Happiness Stud. 2016. Vol. 17. pp. 357-365.

23. Levine M. P., Murnen S. K. Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females // Journal of Social and Clinical Psychology. 2009. 28. p. 9-42.

24. Noser A., Zeigler-Hill V. Investing in the ideal: Does objectified body consciousness mediate the association between appearance contingent self-worth and appearance self-esteem in women? // Body Image. 2014. pp. 119-125. Epub 2013 Dec 25.

25. Mulgrew K., Johnson L. M., Lane B. R., Katsikitis M. The Effect of Aesthetic Versus Process Images on Men's Body Satisfaction // Psychology of Men and Masculinity. 2014. Vol. 15 (4), pp. 452-459.

26. Rollero Ch. Men and women facing objectification: The effects of media models on well-being, self-esteem and ambivalent sexism // International Journal of Social Psychology. 2013. Vol. 28 (3). Pp. 373-382.

27. Jarman H., Marques M., McLean S., Slater A. Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison // Body Image. 2020. Vol. 36 (1). Pp. 139-148.

28. Swami V., Frederick D. A., Aavik T., Alcalay L., Allik J., Anderson D. et al. The attractive female body weight and female body dissatisfaction in 26 countries across 10 world regions: Results of the International Body Project I // Personality and Social Psychology Bulletin. 2010. 36. 309-325.

Reference list

1. Belugina E. V. Samoocenka genderno-vozrastnyh i rolevykh harakteristik vneshnego oblika v period serediny zhizni = Self-assessment of gender-age and role characteristics of appearance in the middle of life // Severo-Kavkazskij psihologicheskij vestnik. 2004. № 2. S. 105-111.
2. Vorob'eva E. S. Tatuирование как ob#ekt sociologicheskogo issledovaniya = Tattooing as a subject of sociological research // ZhSSA. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tatuирование-kak-obekt-sotsiologicheskogo-issledovaniya> (data obrashheniya: 13.05.2023).
3. Varlashkina E. A. Osobennosti obraza fizicheskogo Ja i udovletvorennosti zhizn'ju u zhenshin s raznym urovnem aktivnosti uhoda za vneshnost'ju = Physical image features of Self and life satisfaction in women with different levels of appearance care activity // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psihologija». 2012. № 1. S. 4-10.
4. Guzeva M. V. Cennosti i cennostnye orientacii lichnosti v strukture duhovno-nravstvennogo vospitaniya = alues and value orientations of personality in the structure of spiritual and moral education // ANI: pedagogika i psihologija. 2016. № 2 (15). S. 40-48.
5. Kapitanova E. V. Vneshnij oblik v strukture cennostnykh orientacij molodykh ljudej, obespokoennykh i udovletvorenykh im = Appearance in the structure of value orientations of young people who are concerned and satisfied with them // Lichnost' v menjajushhemsja mire: zdorov'e, adaptacija, razvitie. 2022. T. 10. № 4 (39). S. 383-393.
6. Labunskaja V. A. Samoocenka i ocenka vneshnego oblika chlenov studencheskoj gruppy kak prediktory otnoshenij mezhlichnostnoj znachimosti = Self-assessment and evaluation of the appearance of student group members as predictors of interpersonal significance relationships / V. A. Labunskaja, E. V. Kapitanova // Social'naja psihologija i obshhestvo. 2016. T. 7. № 1. S. 72-87.
7. Labunskaja V. A. Trendy izuchenija otnoshenija k vneshnemu obliku s pozicij prikladnoj social'noj psihologii = Trends in the study of attitudes to appearance from the standpoint of applied social psychology // Social'naja psihologija i obshhestvo. 2021. Tom 12. № 3. S. 128-150.
8. Labunskaja V. A. Samoocenka, cennost', znachimost' vneshnego oblika v studencheskoj srede i udovletvorennost' zhizn'ju = Self-esteem, value, importance of appearance in the student environment and life satisfaction // Juzhno-rossijskij zhurnal social'nykh nauk. 2019. № 4. S. 198-209.
9. Labunskaja V. A. Teoretiko-jempiricheskiĭ analiz vlijaniya sociokul'turnykh i social'no-psihologicheskikh faktorov na ocenki i samoocenki molodykh ljudeĭ vneshnego oblika = Theoretical and empirical analysis of the influence of sociocultural and socio-psychological factors on the assessments and self-assessments of young people of appearance / V. A. Labunskaja, I. I. Drozdova // Rossijskij psihologicheskij zhurnal. 2017. T. 14. № 2. S. 202-226.
10. Labunskaja V. A. Obespokoennost' i udovletvorennost' studentov svoim vneshnim oblikom kak prediktory samoocenok ego komponentov i harakteristik = Concern and satisfaction of students with their appearance as predictors of self-assessments of its components and characteristics / V. A. Labunskaja, E. V. Kapitanova // Rossijskij psihologicheskij zhurnal. 2016. T. 13. № 1. S. 167-183.
11. Labunskaja V. A. Teoreticheskie osnovy i metodicheskie podhody k izucheniju fenomena «cennost' vneshnego oblika» = Theoretical foundations and methodological approaches to the study of the phenomenon «value of appearance» / V. A. Labunskaja, G. V. Serikov // Social'naja psihologija i obshhestvo. 2018. T. 9. № 3. S. 91-103.
12. Popova L. V. Analiz vzaimosvjazi urovnja udovletvorennosti zhizn'ju i predstavlenij o vneshnem oblike u studentov = Analysis of the relationship between the level of life satisfaction and perceptions of appearance in students // Mir nauki. 2018. № 6. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/148PSMN618.pdf> (data obrashheniya: 10.06.2019).
13. Serikov G. V. Privlekatel'nyj vneshnij oblik kak «instrumental'naja cennost'», ego znachimost' v molodezhnoj srede = Attractive appearance as «instrumental value», its significance in the youth environment // Psiholog. 2018. № 6. S. 21-31.
14. Stolin V. V. Oprosnik samootnoshenija = Self-report questionnaire / V. V. Stolin, S. R. Pantileev // Praktikum po psihodiagnostike: Psihodiagnosticheskie materialy. Moskva : Izd-vo Moskovskogo universiteta, 1988. S. 123-130.
15. Jaremenko S. N. Vneshnost' cheloveka v kul'ture = The appearance of a person in culture. Rostov-na-Donu : Izd-vo DGTU, 1997. 287 s.
16. Ćurković K., Franc R. Physical attractiveness stereotype 'Beautiful is Good' in the context of the Big Five personality theory // Psihologijske Teme. 2010. Vol. 19. № 1. pp. 123-144.
17. Dohnt H., Tiggemann M. The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: A prospective study // Developmental Psychology, 42. 2006. p. 929-936.
18. Halliwell E. The impact of thin idealized media images on body satisfaction: does body appreciation protect women from negative effects? // Body Image. 2013. Vol. 10 (4). pp. 509-520.
19. Gupta N., Etoff N., Jaeger M. Beauty in Mind: The Effects of Physical Attractiveness on Psychological Well-Being and Distress // Journal of Happiness Studies. 2016. Vol. 17. № 3. pp. 1313-1325.
20. Ignacio Jáuregui-Lobera, Patricia Bolaños-Ríos. Body image and quality of life in Spanish population // International Journal of General Medicine. 2011. Vol. 4. pp. 63-72.

21. Jaeger M. M. A Thing of Beauty is a Joy Forever? Returns to Physical Attractiveness over the Life Course // *Social Forces*. 2011. Vol. 89 (3). pp. 983-1003.
22. Kaczmarek L. D., Enko Jolanta, Awdziejczyk M., Hoffmann N. Would You Be Happier If You Looked Better? // *A Focusing Illusion. J. Happiness Stud.* 2016. Vol. 17. pp. 357-365.
23. Levine M. P., Murnen S. K. Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females // *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2009. 28. p. 9-42.
24. Noser A., Zeigler-Hill V. Investing in the ideal: Does objectified body consciousness mediate the association between appearance contingent self-worth and appearance self-esteem in women? // *Body Image*. 2014. pp. 119-125. Epub 2013 Dec 25.
25. Mulgrew K., Johnson L. M., Lane B. R., Katsikitis M. The Effect of Aesthetic Versus Process Images on Men's Body Satisfaction // *Psychology of Men and Masculinity*. 2014. Vol. 15 (4), pp. 452-459.
26. Rollero Ch. Men and women facing objectification: The effects of media models on well-being, self-esteem and ambivalent sexism // *International Journal of Social Psychology*. 2013. Vol. 28 (3). Pp. 373-382.
27. Jarman H., Marques M., McLean S., Slater A. Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison // *Body Image*. 2020. Vol. 36 (1). Pp. 139-148.
28. Swami V., Frederick D. A., Aavik T., Alcalay L., Allik J., Anderson D. et al. The attractive female body weight and female body dissatisfaction in 26 countries across 10 world regions: Results of the International Body Project I // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2010. 36. 309-325.

Статья поступила в редакцию 14.04.2023; одобрена после рецензирования 16.05.2023; принята к публикации 04.08.2023.

The article was submitted 14.04.2023; approved after reviewing 16.05.2023; accepted for publication 04.08.2023.