

## ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ СТУДЕНТОВ ТЕХНИКУМА И ИХ СУБЪЕКТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ

Научный руководитель – Сапоровская Мария Вячеславовна

*Смирнова Ольга Сергеевна*

*Аспирант*

Костромской государственный университет, Кострома, Россия

*E-mail: eva.juck@yandex.ru*

*Смирнова Ольга Сергеевна*

*аспирантка*

*Костромской государственный университет*

*Институт педагогики и психологии, Кострома, Россия*

*E-mail: eva.juck@yandex.ru*

Актуальность заявленной темы объясняется недостаточной изученностью различных аспектов потребительской социализации молодежи. Покупка брендовых вещей и использование высокооплачиваемых услуг повышает самооценку молодых людей, позволяет им добиваться успеха и уважения среди сверстников. К объектам демонстрации экономического статуса и материального благополучия относятся средства передвижения, дорогие телефоны, возможность посещения ресторанов и кафе. Учебные заведения сегодня становятся местом демонстративного потребления, где школьники и студенты соревнуются своим благосостоянием и материальным положением семьи. Отслеживается закономерность - покупать товары не с целью удовлетворения насущных потребностей, а ради демонстрации обладания престижным предметом.

Демонстративное потребление - это потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего высокого социально-экономического положения («показное», престижное потребление) (Т.Веблен) [1]. Однако в молодежной среде существует и другая тенденция: велика доля тех молодых людей, которые, развивая субъектность своей личности, могут противостоять влияниям социальной среды. Субъектностью личности называется способность осуществлять самоуправление в социальном контексте своего бытия в противоположность существованию в качестве объекта социальных влияний (М.А. Щукина) [5]. Это определение задает два полюса субъектности личности: быть субъектом самоуправления или быть объектом социальных воздействий, в том числе и в сфере экономических отношений. Первый полюс представлен шестью атрибутами субъектности, второй полюс задает шесть атрибутов объектности: активность - реактивность; автономность - зависимость; целостность - неинтегрированность; опосредствованность - непосредственность; креативность - репродуктивность; самооценность - малоценность.

Проблема проведенного эмпирического исследования связана с поиском ответа на вопрос: можно ли развивая субъектность личности молодого человека уменьшить влияние установок демонстративного потребления? Выборку составили студенты Костромского машиностроительного техникума в количестве 35 человек; юноши и девушки в возрасте 15-17 лет, которые обучаются по специальностям «Автомеханик», «Сварщик» (юноши) и «Ювелир» (девушки). Цель исследования: выявить взаимосвязи между установкой на демонстративное потребление, атрибутами субъектности студентов техникума, типами их самоутверждения и мотивацией учебной деятельности. Объект исследования: становление субъектности в процессе потребительской социализации в юношеском возрасте. Предмет исследования: специфика взаимосвязей демонстративного потребления, субъектности

личности, типов самоутверждения и учебной мотивации студентов. Мы предположили, что демонстративное потребление-это внешнее проявление совокупности черт личности. В результате были сформулированы следующие гипотезы исследования: существуют взаимосвязи между установкой на демонстративное потребление и субъектностью личности у студентов; существуют взаимосвязи между уровнем развития субъектности личности и познавательной мотивацией учебной деятельности. В методический комплекс вошли опросники: «Демонстративное потребление» Н.К. Радиной, Н.В. Шайдаковой [4]; «Самоутверждение личности» Е.А. Киреевой, Т.Д. Дубовицкой [3]; «Уровень развития субъектности личности» М.А. Шукиной [5]; «Академическая саморегуляция» Р.Райана и Дж. Коннела в адаптации Т.О. Гордеевой, В.А. Барановой [2]; математические методы обработки данных.

Наиболее интересные результаты нашего исследования, подтверждающие гипотезу, следующие. Чем меньше студенты проявляют интерес к приобретению престижных товаров потребления, тем более развитым является у них общий уровень субъектности ( $r=-0,348$ ;  $p\leq 0,05$ ) и креативность как атрибут субъектности ( $r=-0,538$ ;  $p\leq 0,05$ ). Студенты, не имеющие склонность к покупке дорогих, престижных товаров, могут найти для себя иные варианты удовлетворения материальных потребностей, довольствуются более дешевыми товарами первой необходимости ( $r=-0,402$ ;  $p\leq 0,05$ ). У таких студентов креативность проявляется не только на стадии распознавания товаров, но и в ходе принятия решений о конкретной покупке ( $r=-0,495$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем более развитой является креативность как характеристика субъектности личности, тем ниже общий уровень установки на демонстративное потребление ( $r=-0,572$ ;  $p\leq 0,05$ ). Те студенты, которые совершают покупки дорогих, престижных товаров под влиянием своего референтного окружения, и в учебной деятельности нуждаются во внешнем контроле, имеют внешнюю экстернальную мотивацию ( $r=0,356$ ;  $p\leq 0,05$ ). У студентов с высоким уровнем активности более выражена познавательная мотивация учебной деятельности ( $r=0,473$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем выше уровень субъектности личности студентов техникума, тем выше познавательный интерес к освоению своей будущей профессии ( $r=0,383$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем выше автономность как атрибут субъектности, который связан с умением противостоять социальным воздействиям, тем выше мотивация достижения ( $r=0,347$ ;  $p\leq 0,05$ ). Чем выше конструктивное самоутверждение, тем выше мотивация достижения ( $r=0,336$ ;  $p\leq 0,05$ ) и познавательная мотивация учебной деятельности ( $r=0,354$ ;  $p\leq 0,05$ ).

В целом, гипотеза исследования подтвердилась.

Вывод: у студентов проявляются такие черты личности, как низкий уровень субъектности и креативности как её составляющей, такие студенты подвержены внешнему контролю поведения.

Не смотря на то, что исследования, носят пилотажный характер, обнаруженные закономерности помогут педагогам и воспитателям в практической деятельности.

Данное исследование будет продолжено. Будут обследованы студенты представители других социальных групп.

### Источники и литература

- 1) 1. Веблен Т. Теория праздного класса. М.,1984. 10 с.
- 2) 2. Гордеева Т.О. Мотивация учебной деятельности школьников и студентов: структура, механизмы, условия развития: дис. . . . докт. пс. н. М., 2013. 444 с.
- 3) 3. Киреева Е.А., Дубовицкая Т.Д. Методика исследования особенностей самоутверждения в подростковом возрасте // Экспериментальная психология. 2011. Т. 4. № 2. С. 115-124.

- 4) 4. Шайдакова Н.В. Социально-психологические аспекты демонстративного потребления старшеклассников и студентов: дис. ... канд. пс. н. М., 2014. 191 с.
- 5) 5. Щукина М.А. Особенности развития субъектности личности в подростковом возрасте: дис. ... канд. пс. н. Тюмень, 2004. 216 с.