

Самоотношение молодежи, применяющей и не применяющей макияж

Иванов Александр Сергеевич¹

Аспирант, ORCID: 0000-0002-1900-6061, e-mail: ivane1e@yandex.ru

Антоненко Ирина Викторовна¹

Д-р психол. наук, проф. каф. психологии
ORCID: 0000-0002-8635-9553, e-mail: ivantonenko@mail.ru

Ионцева Мария Владимировна²

Д-р психол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории
ORCID: 0000-0001-5229-5435, e-mail: m.iontseva@icloud.com

¹ Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Россия

² Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Предмет исследования – самоотношение молодежи, применяющей и не применяющей макияж. Актуальность работы обусловлена наличием глубинных психологических факторов, детерминирующих применение / неприменение макияжа. Целью является изучение социально-психологической характеристики самоотношения у молодых людей, предпочитающих и отвергающих макияж. Задачи исследования: изучение научных работ, релевантных предмету исследования, формулирование существенных теоретических оснований исследования, подбор методик, корреспондирующих цели исследования, проведение эмпирического исследования. В эмпирическом исследовании использован Опросник самоотношения. Основной результат: в группе, отвергающей макияж, самоотношение, самоуважение, саморυководство выражены сильнее, чем в группе применяющих макияж. Отвергающие макияж проявляют более позитивное отношение к себе, более склонны к самоуважению и уверены в себе, имеют более высокий уровень саморυководства. Группа, применяющая макияж, характеризуется более низким самоотношением, саморυководством и самоуважением. Полученные результаты важны как индикатор психологического состояния личности при проведении психологического консультирования, психокоррекции и психотерапии.

Ключевые слова

Самоотношение, саморυководство, доверие к себе, самоуважение, макияж, внешний облик

Для цитирования: Иванов А.С., Антоненко И.В., Ионцева М.В. Самоотношение молодежи, применяющей и не применяющей макияж // Вестник университета. 2023. № 5. С. 186–195.

Self-attitude of young people using and not using makeup

Alexander S. Ivanov¹

Postgraduate Student, ORCID: 0000-0002-1900-6061, e-mail: ivane1e@yandex.ru

Irina V. Antonenko¹

Dr. Sci. (Psy), Prof. at the Psychology Department
ORCID: 0000-0002-8635-9553, e-mail: ivantonenko@mail.ru

Maria V. Iontseva²

Dr. Sci. (Psy), Prof. at the Sociology, Psychology of Management and History Department
ORCID: 0000-0001-5229-5435, e-mail: m.iontseva@icloud.com

¹ The Kosygin State University of Russia, Moscow, Russia

² State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The subject of the study is the self-attitude of young people applying and not applying makeup. The relevance of the work is due to the presence of deep psychological factors that determine the use / non-use of makeup. The aim is to study the socio-psychological characteristics of self-attitude in young people who prefer and reject makeup. Research objectives are as follows: the study of scientific papers relevant to the subject of research, the formulation of the essential theoretical foundations of the research, the selection of methods that correspond to the goals of the research, the conduct of empirical research. In the empirical study, the Self-Attitude Questionnaire is used. The main result obtained by the authors is as follows: in the group rejecting makeup, self-attitude, self-esteem, self-guidance are expressed more strongly than in the group applying makeup. Makeup aversives show a more positive attitude towards themselves, are more prone to self-esteem and self-confidence, have a higher level of self-guidance. The group applying makeup is characterized by a lower self-attitude, self-guidance and self-esteem. The results obtained are important as an indicator of the psychological state of the individual during psychological counseling, psychocorrection and psychotherapy.

Keywords

Self-attitude, self-guidance, self-confidence, self-respect, makeup, appearance

For citation: Ivanov A.S., Antonenko I.V., Iontseva M.V. (2023) Self-attitude of young people using and not using makeup. *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 186–195.



ВВЕДЕНИЕ

Для людей существенно общение с окружающими, протекающее в форме коммуникации, интеракции и перцепции. В процессе общения люди оказывают взаимное влияние, формируют мнение друг о друге и вырабатывают представление о себе. В том числе происходит социальная адаптация и усвоение культурных норм. Особенно важны для человека референтные группы, мнения членов которых оказывают на него наибольшее влияние, прежде всего, на формирование социальных норм, ценностных ориентаций и самовосприятие. Референтные группы образуются по разным основаниям, а вхождение в свою референтную группу присутствия должно отвечать определенным критериям, в том числе внешним. Важно, какими социально-психологическими факторами формируются такие личностные образования, как самовосприятие, представление о себе, самоотношение, самодоверие, а они далее влияют на внешний облик индивида. Существуют индивиды, которые в слабой, средней и сильной степени интересуются своим внешним видом. Среди различных аспектов внешности современного человека есть такой, как макияж. Поскольку сейчас макияж приобрел массовый характер, то вопросы отношения к макияжу, его принятие, самоотношение стали значимой социально-психологической проблемой. Личность нами определяется как совокупность социально-психологических характеристик человека. Самоотношение в рамках данной работы будет пониматься как отношение личности к самой себе. Целью исследования является изучение социально-психологической характеристики самоотношения у молодых людей, предпочитающих и отвергающих макияж.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Люди всегда преобразуют свой внешний облик – в этом помогает одежда, обувь, прическа, самые разные аксессуары, косметика, следование моде и т.п. [1; 2]. При помощи этих элементов можно изменить свою внешность, создать более привлекательный внешний облик, сформировать определенный «имидж». Поскольку имидж создается целенаправленно, то есть основания полагать, что, подобно любой деятельности человека, в процессе формирования внешнего облика так или иначе могут проявляться личностные характеристики человека, и что внешний облик – это «средство... экспрессивно-импрессионного проявления личности» [3; 4, с. 223].

А.А. Бодаев употребил термин «оформление внешности» для описания процесса деятельности человека по составлению системы элементов одежды, обуви, прически и прочего, а также отметил, что данный вид деятельности может иметь причиной личность и ее особенности [5]. Исходя из этого, можно сказать, что во внешнем виде субъекта также отражено его отношение к самому себе – его самоотношение, включающее принятие себя как личности, понимание собственной ценности, уверенность и доверие к себе и прочее. Среди этого важнейшими являются самовосприятие, представление о себе, самоотношение, самодоверие [6; 7].

Проблеме личностного и социального доверия и доверия к себе, в частности, посвящены многочисленные работы И.В. Антоненко. Автор отмечает, что существуют объектные, субъектные, средовые и ситуационные факторы доверия, что доверие имеет ряд существенных функций, среди них: обеспечения совместной деятельности, интегрирующая, коммуникативная, интерактивная, перцептивная, редуцирующая, управленческая, предсказательная, ориентирующая, эффективизирующая, стабилизирующая, психологическая, личная, обобщающая и функция фоновости. Доверие личности реализуется через психологический функциональный орган доверия. Доверие личности к себе, самодоверие составляет важную основу ее самоотношения. Уровень доверия личности определяет позитивность или негативность ее самоотношения [6–8].

Самоотношению были посвящены исследования К. Роджерса, С.Р. Пантелеева, Е.Т. Соколовой, В.В. Столина, Н.И. Сарджвеладзе и других [9]. Взгляды их различаются, однако исследователи сходятся в том, что в структуре самоотношения присутствует ценностно-эмоциональная и оценочно-эмоциональная составляющие. Самоотношение может быть одним из факторов, побуждающих к использованию макияжа [10]. Часто в структуру самоотношения включают ожидаемое отношение от других, самопринятие, склонность к самообвинению и другие параметры, соединяющиеся в единую структуру в личности. Р.М. Гимаева отмечает, что эта структура может объяснять значимость для человека одежды, которую он носит; также считается, что одежда является продолжением идентичности человека, которую он может искать в своем теле (Л. Свендсен) [11; 12, с. 23].

Самоотношение человека – развивающийся процесс, который гибко изменяется в зависимости от различных факторов. Так, на самоотношение человека может влиять его внешне воспринимаемый другими возраст, может оказывать влияние феномен «каузальной атрибуции», при котором человеку могут приписывать различные характеристики, которые он позднее начнет выискивать в себе, вклад также вносят различные социальные и культурные факторы [13–15].

Одним из главных аспектов самоотношения называют самопонимание [16]. Самопонимание иногда рассматривают как синоним других качеств. Так, А.Н. Леонтьев и Ю.Б. Гиппенрейтер сравнивают самопонимание с самопознанием, а А.С. Скворцов говорит о сходствах самопонимания с самосознанием. Так или иначе, вопросов самопонимания касались А.В. Брушлинский [17], В.В. Знаков [18] и другие. Самоотношение человека, в том числе уверенность и доверие к себе, понимание собственной ценности, а также способность к руководству собой, позволяют субъекту, как пишет М.К. Омарова, развивать в себе творческий потенциал [19]. Человек, знающий свои сильные стороны, может не заострять внимание на слабых. Это дает простор для любознательности, а также открытости к себе, ощущению самоценности и способности решить любую задачу. Таким образом, самоотношение понимается исследователями как многогранный феномен, связанный с процессами межличностного восприятия.

Молодежь представляет собой особую социальную и социально-психологическую группу, имеющую специфические характеристики. Вопросами социально-психологических качеств и свойств современной молодежи, в частности, занимаются М.С. Безбогова и М.В. Ионцева. Они выделяют как позитивные, так и негативные черты молодежи: поиск нового, овладение современными технологиями, активное общение в социальных сетях, в то же время сложности при общении офлайн, неготовность к сложностям реального мира, завышенные требования, любовь к комфорту, повышенный интерес к своей внешности [20]. Авторское эмпирическое исследование проводится на возрастной группе от 16 до 35 лет.

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование самоотношения проводилось по методике «Опросник самоотношения», разработанной В.В. Столиным и С.Р. Пантлеевым. Методика направлена на выявление трех уровней характеристики:

- 1) глобальное самоотношение – основной параметр, показывающий, как человек относится к себе в целом, принимает ли он свои поступки и мысли;
- 2) комплекс параметров аутосимпатии, ожидаемого отношения к себе со стороны других людей, а также уважения и интереса к себе;
- 3) уровень определенных действий по отношению к своему «Я», а также готовности к ним.

Данная методика включает в себя 57 суждений. Изучаются параметры: самоуважение, аутосимпатия, самопонимание, саморучководство, ожидаемое отношение от других, самоинтерес, самопринятие, самодоверие, самоуверенность.

Для разделения испытуемых на группы, предпочитающих и отвергающих макияж, была составлена анкета. Анкета включала серию вопросов, в которой основной вопрос «Используете ли Вы макияж?» проверялся контрольными вопросами, в том числе с целью выявления правдивости ответов.

Перед проведением основной части исследования было проведено пилотажное исследование, которое позволило определить список косметических средств для лица, который выступил маркером для отнесения респондентов к группе, применяющей макияж. Так были выявлены средства для декорирования зоны глаз (тушь, тени, маркеры и карандаши для бровей и другое), зоны губ (помады, блески, бальзамы), средства для лица (сыворотки, тоники, маски и другое) и декоративная косметика (блестки, румяна, скульпторы и многие другие). Всего было отмечено 37 косметических средств для макияжа.

Таким образом, в процессе исследования предполагалось определение самоотношения у респондентов в группах людей, которые применяют макияж, и тех, кто отказывается от его применения.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В исследовании приняли участие 98 респонденток возрасте от 16 до 30 лет. Все они являются студентками университета и колледжа РГУ им. А.Н. Косыгина в Москве. Испытуемым предлагалась анкета, разделившая их на две группы: применяющих и отвергающих макияж. Измерение самоотношения осуществлялось с помощью методики «Опросник самоотношения» В.В. Столина и С.Р. Пантлеева. Уровень самоотношения и его параметров показан в табл. 1.

Уровень самооотношения и параметров самооотношения в выборке

Уровень	Значение показателей (доля, %)				
	Общее самооотношение	Самоуважение	Аутосимпатия	Ожидания от других	Самоинтерес
Высокий	57 (58,16)	41 (41,84)	45 (45,92)	11 (11,22)	48 (48,98)
Средний	12 (12,24)	19 (19,39)	12 (12,24)	43 (43,88)	16 (16,33)
Низкий	29 (29,59)	38 (38,78)	41 (41,84)	44 (44,90)	34 (34,69)

Составлено авторами по материалам исследования

Из данных табл. 1 следует, что наибольшее количество участниц исследования показывают высокий уровень общего самооотношения (58,16 %), тогда как низкий уровень определен у 29,59 % испытуемых. Наименьшее число респонденток проявили средний уровень – 12,24 %. Также из табл. 1 следует, что крайние значения по общему самооотношению выражены сильнее – это говорит о том, что респондентки в целом склонны либо хорошо относиться к себе, либо проявлять тенденцию к самообвинению, эмоциональной негативной оценке своих поступков и мыслей и т.д.

Схожая картина наблюдается и в параметрах самоуважения, аутосимпатии, самоинтереса. Выраженные крайние значения параметра самоуважения говорят о том, что участницы исследования чаще проявляют к самим себе отношение, которое подразумевает либо положительную, либо отрицательную эмоциональную оценку своей значимости, чем отношение к самим себе, построенное на понимании своих недостатков. Крайние значения по параметру аутосимпатии характеризуют респонденток как склонных либо любить себя, либо постоянно заикливаться на собственных негативных сторонах. Самоинтерес, пики которого проявляются также на двух полюсах, характеризует респонденток как людей, которым нравится исследовать свои собственные ценностные ориентиры и людей, которые могут обращать мало внимания на свои мысли.

При изучении значений параметра ожидания от других обращает на себя внимание иное соотношение результатов – наибольшее количество респонденток показывают низкий уровень ожидаемого отношения от других (44,90 %), что говорит о том, что они зачастую ожидают негативного отношения к себе. Далее по убыванию – средний уровень (43,88 %) (ожидают к себе отношение в зависимости от ситуации). Также наименьшее число респонденток (11,22 %) проявляют высокий уровень по данному параметру, что говорит о том, что они склонны ожидать одобрения своих поступков.

Аспекты самооотношения третьего уровня представлены в табл. 2.

Уровень параметров самооотношения в выборке

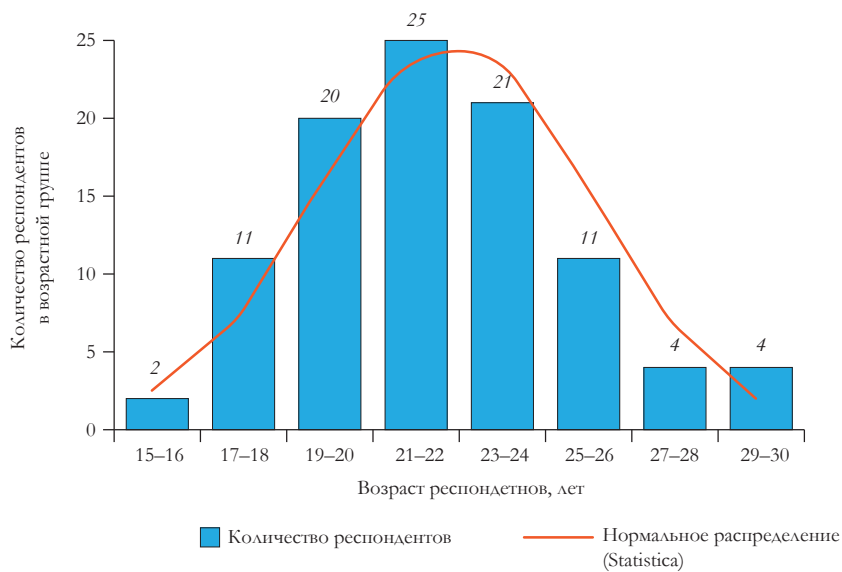
Уровень	Распределение ответов по показателям, %					
	Самоуверенность	Самопринятие	Саморуководство	Самообвинение	Самоинтерес	Самопонимание
Высокий	29,59	53,06	43,88	36,73	56,12	39,80
Средний	17,35	20,41	23,47	14,29	16,33	22,45
Низкий	53,06	26,53	32,65	48,98	27,55	37,76

Составлено авторами по материалам исследования

В табл. 2 показано, что по всем прочим параметрам также обнаружены пиковые значения по краям, и срединные значения проявлены в меньшей степени. Самоуверенность у большинства респонденток на низком уровне (53,06 %), что говорит об их склонности недооценивать собственные силы, и на высоко-

ком уровне у 29,59 %, что говорит о том, что эти люди зачастую уверены в себе. Самопринятие у большинства испытуемых на высоком уровне (53,06 %), что показывает, что они положительно оценивают свои мысли и действия, тогда как у 26,53 % наблюдается склонность к негативной оценке своих качеств. Высокий уровень саморукводства (43,88 %) говорит о том, что они четко сознают, какие сферы жизни они могут контролировать и знают, как это делать; низкий уровень (32,65 %) говорит о трудностях в контроле над определенными сферами жизни. Низкая склонность к самообвинению (48,98 %) показывает, что в большинстве своем респонденты не критикуют свои действия. Высокий уровень самообвинения (36,73 %) показывает, что испытуемые готовы критиковать себя за неправильное выполнение действий, за мысли, которые они сами считают недостойными и т.д. Высокий (39,8 %) и низкий (37,76 %) уровни самопонимания говорят о том, что, с одной стороны, респонденты склонны принимать происходящее в их жизни, и, с другой, могут негодовать по поводу приходящих им в голову мыслей, расстраиваться из-за неправильно выполненных дел.

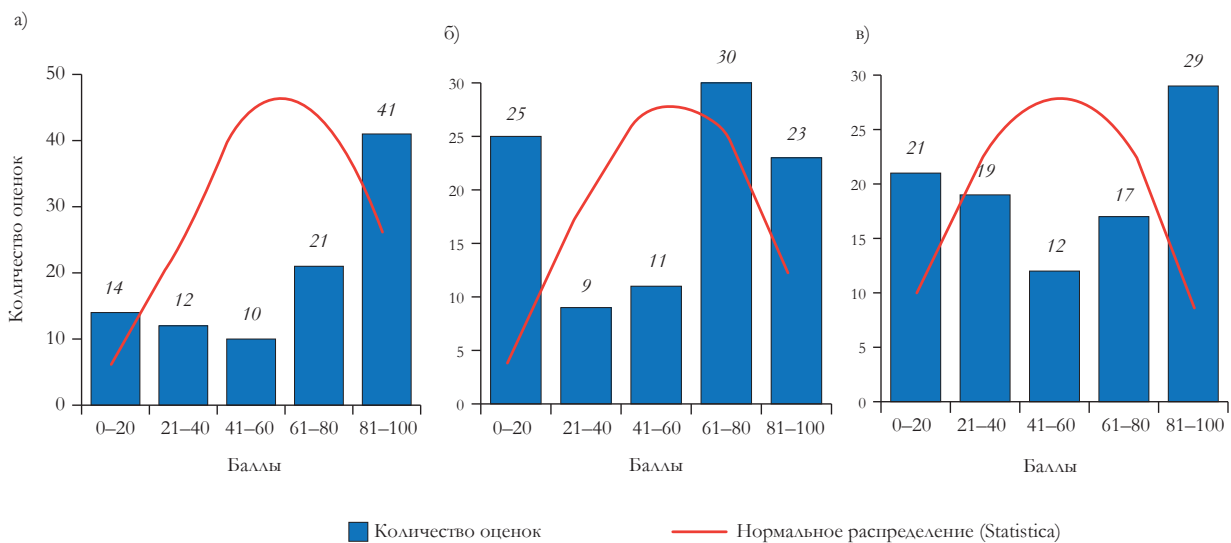
Далее был проведен математический анализ результатов с использованием программы Statistica. Проверка на нормальность распределения данных происходила с использованием критерия Колмогорова-Смирнова. На рис. 1 показано распределение испытуемых по возрасту.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Распределение испытуемых по возрасту

Распределение оценок по параметрам методики исследования самоотношения показано на рисунке 2.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Распределение данных по основным параметрам самоотношения: общий уровень самоотношения (а), самоуважение (б), самоуверенность (в)

На рис. 2 показано распределение данных по трем шкалам. Ни одно из распределений не соответствует обозначенному программой Statistica нормальному типу распределения данных (красная линия). В то же время существует ярко выраженный пик значений по параметру общего самоотношения (промежутков от 80 до 100); также наблюдается тенденция к повышению значений при движении от точки минимума (40–80) влево к значениям 0–20 – там проявляется тенденция к поднятию пика значений. На рис. 2 (б) показано распределение данных по шкале самоуважения. Здесь присутствуют ярко выраженные пиковые значения данных в промежутках 0–20 и 60–80. На рис. 2 (в) также наблюдается тенденция к повышению крайних значений, отмеченная ранее и у других параметров. Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что при статистической обработке обнаружена тенденция к бимодальному типу распределения данных, поскольку в параметрах присутствует тенденция к увеличению крайних значений.

Для статистической обработки были применены два метода – t-критерий Стьюдента и коэффициент линейной корреляции Пирсона. Первый критерий необходим для поиска значимых различий в исследуемых параметрах между группами испытуемых, а второй – для поиска значимых связей между изучаемыми группами. Данные по обнаруженным значимым различиям между группами показаны в табл. 3.

Таблица 3

Значимые различия параметров в исследуемых группах согласно результатам применения t-критерия Стьюдента

Параметр	Не используют макияж, средний балл	Используют макияж, средний балл	Значения t-критерия Стьюдента
Самоотношение	76,31	61,59	2,11
Самоуважение	67,80	51,32	2,28
Саморуководство	71,65	57,68	2,83

Составлено авторами по материалам исследования

Как видно из табл. 3, полученное значение t больше «табличного» при степени свободы 96: это говорит о значимости различий. Значимыми явились результаты по общему самоотношению, самоуважению и саморуководству. В группе людей, отвергающих макияж, все перечисленные параметры выражены сильнее, чем в группе применяющих макияж. Это говорит о том, что:

- отвергающие макияж проявляют позитивное отношение к себе;
- отвергающие макияж чаще склонны к самоуважению, они более уверены в своих силах. Применяющие макияж проявляют более низкое самоуважение, что может вести к недостаточной уверенности в собственных силах и негативному отношению к себе;
- более высокое саморуководство у отвергающих макияж говорит о том, что у них есть некий «стержень», который помогает контролировать поведение.

Значимые связи параметров определялись при помощи коэффициента корреляции Пирсона. Сила корреляций определялась по шкале Чеддока. В табл. 4 представлены данные о значимых связях параметров и применения или отвержения применения макияжа.

Таблица 4

Корреляция использования макияжа и исследуемых параметров

Параметры	Значимые коэффициенты корреляции R Пирсона
Общее самоотношение	–0,21
Самоуважение	–0,23
Саморуководство	–0,28

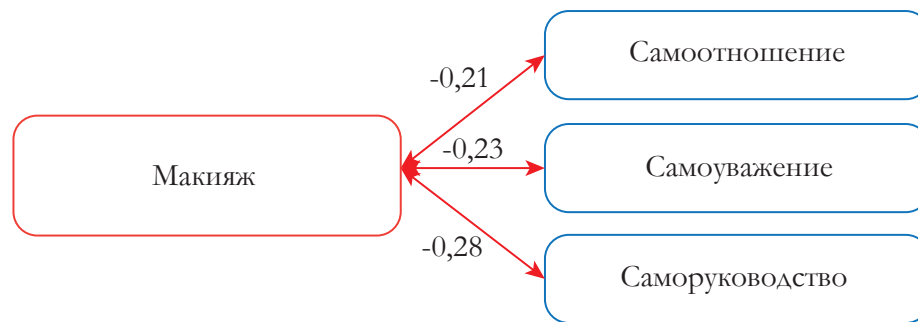
Составлено авторами по материалам исследования

По данным табл. 4, значимые корреляции обнаружены при изучении связи применения или отвержения макияжа с параметрами общего самоотношения, самоуважения, а также саморуководства. Согласно шкале Чеддока, все полученные данные относятся к обратным связям и могут быть классифицированы

как слабые (их значения лежат в диапазоне от (-0.3) до (-0.1)). Так, применение макияжа связано с низкими значениями по каждому из трех параметров (самоотношение, самоуважение и саморуководство), а отвержение макияжа связано с высокими значениями этих параметров. Значит:

- в группе респондентов, одобряющих макияж, самоотношение ниже, а в группе тех людей, кто отвергает макияж, выше: применяющие макияж могут относиться к своим мыслям и действиям хуже;
- низкий уровень самоуважения у применяющих макияж говорит о том, что использующие косметику для лица меньше доверяют себе, то есть они склонны сомневаться в своих решениях;
- в группе отвергающих макияж более высокий уровень саморуководства, чем у применяющих макияж. Это значит, что отвергающие макияж увереннее контролируют происходящее в их жизни.

На рис. 3 показана корреляционная плеяда (1 – применение макияжа, 0 – отвержение макияжа).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Корреляционная плеяда: значимые связи использования макияжа и самооотношения согласно результатам применения коэффициента Пирсона

Полученные данные говорят о том, что низкие самооотношение, саморуководство, а также самоуважение побуждают человека применять различные косметические средства для лица в качестве, например, средства для регуляции собственного состояния, чтобы повысить уверенность в себе, улучшить отношение к себе. В ходе исследования также были обнаружены тенденции к связи параметра самопонимания с применением или отвержением макияжа. Уровень силы связи определен как $(-0,17)$. Интерпретируя потенциальную значимость, отметим: так как самопонимание – это знания о себе, о том, какие решения человек склонен принимать в разных ситуациях, а использование макияжа связано с низким самопониманием, то это значит, что человек, отвергающий макияж, может сознательно обходиться без косметики, так как она, например, мешает ему. Человек, применяющий макияж, может проще относиться к негативным эффектам макияжа либо вовсе их не замечать (что говорит о низкой рефлексии того, что человеку неудобно).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вопросы внешнего облика и способов его модификации представляют обширный интерес. В рамках данной работы авторы изучали то, как связаны применение и отвержение применения макияжа с самооотношением человека и различными аспектами самооотношения, и в итоге обнаружили, что такие связи есть. В ходе исследования выявлены различия по параметрам самооотношения между группами людей – теми, кто использует косметические средства для лица и теми, кто таковыми средствами не пользуется. Подводя итог, следует отметить, что все участницы опроса так или иначе находятся на полюсах самооотношения: либо относятся к себе очень хорошо, либо очень плохо; они либо одобряют свои поступки и оценивают себя положительно в целом, либо склонны к самообвинению и проявлению негативных эмоций к себе.

При изучении конкретных аспектов самооотношения, различающихся в группах, применяющих и отвергающих применение макияжа, авторами отмечено, что группы отличаются друг от друга различиями в самооотношении в целом, самоуважении и в способности к саморуководству. Все три параметра значимо выше у тех, кто отказывается от применения макияжа, что говорит о наличии у них внутреннего стержня, характера, который позволяет им положительно относиться к себе, несмотря ни на что, а также руководить своими поступками и четко понимать свои цели в жизни. Обнаружено, что самооотношение, самоуважение и саморуководство, которые ранее проявились как основные различия между группами применяющих и отвергающих макияж, также проявились в качестве переменных, которые связаны с применением макияжа. Это говорит о том, что применение макияжа связано с тем, что человек будет проявлять меньше упорства в регуляции своего

поведения, он может в меньшей степени уважать свои поступки и действия, тогда как отвергающий макияж, напротив, может относиться к себе, в целом значимо лучше, а также иметь силы для регуляции своего поведения. Подводя итог, стоит сказать, что проведенное исследование позволило обнаружить значимые различия между теми, кто применяет и отвергает макияж, а также указать значимые связи между применением и отвержением применения косметики и аспектами самооотношения. Таким образом, цель исследования достигнута.

Совокупность полученных результатов важна как релевантный индикатор психологического состояния личности и ее экзистенциальности в социуме при проведении психологического консультирования, психокоррекции и психотерапии, поскольку дает существенные материальные маркеры и корреляты латентных психологических структур, которые достаточно операциональны для психопрактической работы.

Библиографический список

1. Антоненко И.В., Карлицкий И.Н. Социальная психология системогенеза одежды и моды. В сб.: Поваренков Ю.П. (ред.) *Системогенез учебной и профессиональной деятельности. Материалы VII Международной научно-практической конференции, Ярославль 20–22 октября 2015*. Часть 2. Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского; 2015. 168–170 с.
2. Филонова О.В., Ионцева М.В. Социальная перцепция, общение, самовосприятие. В сб.: Белгородский В.С. (ред.) *Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сборник статей Международной научно-практической конференции*. Часть 8. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии; 2016. 197–202 с.
3. Горбунов Н.М. *Искусство создания имиджа: монография*. М.: Лаборатория книги; 2010. 86 с.
4. Петрова Е.А. *Знаки общения*. М.: ГНОМ и Д; 2001. 256 с.
5. Бодалев А.А. *Восприятие и понимание человека человеком*. М.: Изд-во Московского университета; 1982. 240 с.
6. Антоненко И.В. Доверие: понятие, генезис, структура. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология*. 2015;2:34–44 с.
7. Антоненко И.В. Социальная психология доверия. В сб.: Белгородский В.С. (ред.) *Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сборник статей Международной научно-практической конференции*. Часть 7. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии; 2016. 31–39 с.
8. Антоненко И.В. Доверие и конформность. *Вестник университета (Государственный университет управления)*. Серия: Социология и управление персоналом. 2006;1:4–9 с.
9. Елькина М.А. Структура, параметры и функции самооотношения. *Кронос*. 2021;12:40–42 с. <http://dx.doi.org/10.52013/2658-7556-72-10-19>
10. Иванов А.С. Теоретические причины применения макияжа. В сб.: Сняков А.В. (ред.) *Тезисы докладов 73-ей Влутривузовской научной студенческой конференции «Малодые ученые – инновационному развитию общества (МЛ IP-2021)»*. Часть 5. М.: РГУ им. А.Н.Косыгина; 2021.
11. Гимаева Р.М. Личностные факторы значимости одежды. *Мир науки, культуры, образования*. 2015;3:228–230 с.
12. Свендсен Л. *Философия моды*. Пер. со шведск. Шишунов А. А. М.: Прогресс-Традиция; 2007. 256 с.
13. Шкурко Т.А., Лабунская В.А. Почему мы выглядим моложе или старше своих лет: поиск психологических детерминант. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика*. 2018;18(4):450–457 с. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-450-456>
14. Фомиченко А.С. Особенности социальной перцепции. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2017;2:17–20 с.
15. Рягузова Е.В. Социокультурная обусловленность восприятия внешности незнакомого Другого. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития*. 2015;2(14):166–170 с.
16. Жилкина В.А. Понятие «Самопонимание» в исследованиях отечественных психологов и его влияние на развитие личности. *Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения*. 2010;15:98–105 с.
17. Брушлинский А.В. *Проблемы психологии субъекта*. М.: ИП РАН; 1994. 109 с.
18. Знаков В.В. *Психология понимания: проблемы и перспективы*. М.: ИП РАН, 2005. 448 с.
19. Омарова М.К. Взаимосвязь творческого потенциала личности и отдельных компонентов ее Я-концепции. *Вестник Дагестанского государственного университета*. С. 2: Гуманитарные науки. 2017;1:93–100 с.
20. Безбогова М.С., Ионцева М.В. Социально-психологический портрет современной молодежи. *Мир науки*. 2016;4(6).

References

1. Antonenko I.V., Karitsky I.N. Social psychology of the systemogenesis of clothing and fashion [Sotsial'naya psikhologiya sistemogeneza odezhdy i mody]. In: Povarenkov Yu.P. (ed.) *Systemogenesis of educational and professional activities [Sistemogeneza uchebnoy i professional'noi deyatel'nosti]*. Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference, Yaroslavl 20–22 October 2015. Part 2. Yaroslavl: Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky Publ. House; 2015.168–170 pp. (In Russian).

2. Filonova O.V., Iontseva M.V. Social perception, communication, self-perception [Sotsial'naya pertsepsiya, obshchenie, samovospriyatie]. In: Belgorodskii V.S. (ed.) *Humanitarian foundations of social progress: Russia and modernity [Gumanitarnye osnovaniya sotsial'nogo progressa: Rossiya i sovremennost']*. Proceedings of the International scientific-practical conference. Part 8. Moscow: Moscow State University of Design and Technology Publ. House; 2016. 197–202 pp. (In Russian).
3. Gorbunov N.M. *The art of creating an image: monograph [Iskusstvo sozdaniya imidzha: monografiya]*. Moscow: Book Laboratory; 2010. (In Russian).
4. Petrova E.A. *Communication signs [Znaki obshcheniya]*. Moscow: GNOM i D; 2001. (In Russian).
5. Bodalev A.A. *Perception and understanding of man by man [Vospriyatie i ponimanie cheloveka chelovekom]*. Moscow: Moscow University Publ. House; 1982. (In Russian).
6. Antonenko I.V. Trust: concept, genesis, structure [Doverie: ponyatie, genezis, struktura]. *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Psychology*. 2015;2:34–44 pp. (In Russian).
7. Antonenko I.V. Social psychology of trust [Sotsial'naya psikhologiya doveriya]. In: Belgorodskii V.S. (ed.) *Humanitarian foundations of social progress: Russia and modernity [Gumanitarnye osnovaniya sotsial'nogo progressa: Rossiya i sovremennost']*. Proceedings of the International scientific-practical conference. Part 7. Moscow: Moscow State University of Design and Technology Publ. House; 2016. 31–39 pp. (In Russian).
8. Antonenko I.V. Trust and conformity [Doverie i konformnost']. *Vestnik universiteta (State University of Management). Series: Sociology and personnel management*. 2006;1:4–9 pp. (In Russian).
9. Elkina M.A. Structure, parameters and functions of self-relationship. *Chronos Journal*. 2021;12:40–42. <http://dx.doi.org/10.52013/2658-7556-72-10-19> (in Russian).
10. Ivanov A.S. Theoretical reasons for the use of makeup [Teoreticheskie prichiny primeneniya makiyazha]. In: Silakov A.V. (ed.) *Proceedings of the 73rd Intrauniversity Scientific Student Conference "Young Scientists - Innovative Development of Society (MIR-2021)"*. Part 5. Moscow: The Kosygin State University of Russia Publ. House; 2021. (In Russian).
11. Gimaeva R.M. Personal factors of the importance of clothes [Lichnostnye faktory znachimosti odezhdy]. *The world of science, culture and education*. 2015;3:228–230 pp. (In Russian).
12. Svendsen L. *Philosophy of fashion [Filosofiya mody]*. Trans. from Swedish Shipunov A.A. Moscow: Progress-Tradition; 2007. (In Russian).
13. Shkurko T.A., Labunskaya V.A. Why do we look younger or older than we are: The search for psychological determinants. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2018;18(4):450–457 pp. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-450-456> (in Russian).
14. Fomichenko A.S. Features of social perception [Osobennosti sotsial'noi pertsepsii]. *Vestnik of the Orenburg State University*. 2017;2:17–20 pp. (In Russian).
15. Ryaguzova E.V. Socio-cultural conditionalism of perception of strange other's appearance. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2015;2(14):166–170 pp. (In Russian).
16. Zhilkina V. A. The concept of "Self-understanding" in the studies of domestic psychologists and its impact on personality development ["Samoponimanie" v issledovaniyakh otechestvennykh psikhologov i ego vliyanie na razvitie lichnosti]. *Psychology and Pedagogy: Methods and Problems of Practical Application [Psikhologiya i pedagogika: metodika i problemy prakticheskogo primeneniya]*. 2010;15:98–105 pp. (In Russian).
17. Brushlinsky A.B. *Problems of psychology of the subject [Problemy psikhologii subjekta]*. Moscow: RAS Institute of Psychology Publ. House; 1994. (In Russian).
18. Znakov V.V. *Psychology of understanding: problems and prospects [Psikhologiya ponimaniya: problemy i perspektivy]*. Moscow: RAS Institute of Psychology Publ. House; 2005. (In Russian).
19. Omarova M.K. Interconnection of creative potential of a person and individual components of his self-concept. *Herald of Dagestan State University. Series 2. The humanities*. 2017;1:93–100 pp. (In Russian).
20. Bezbogova M.S., Iontseva M.V. Socio-psychological portrait of modern youth [Sotsial'no-psikhologicheskii portret sovremennoi molodezhi]. *World of Science*. 2016;4(6). (In Russian).