

АННОТАЦИЯ

Взаимосвязь личностных особенностей и мотивации демонстративного потребления в юношеском возрасте и в период ранней взрослости : аннотация к дипломной работе / Образцова Валерия Сергеевна; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социальной и организационной психологии; науч. рук. Н.В. Король.

Объект исследования - демонстративное потребление.

Предмет исследования - взаимосвязь личностных особенностей и мотивации демонстративного потребления в юношеском возрасте и в период ранней взрослости.

Цель исследования - определить взаимосвязь личностных особенностей и мотивации демонстративного потребления в юношеском возрасте и в период ранней взрослости.

Основные результаты. Демонстративность потребления в юношеском периоде у лиц женского пола обратно взаимосвязана с такими индивидуально-личностными характеристиками, как уравновешенность, общительность, маскулизм-феминизм, экстравертированность-интровертированность, а также существует взаимосвязь с потребностью в самоактуализации. Это может свидетельствовать о том, что чем более выражена потребность в самоактуализации и чем менее выражены характеристики уравновешенность, общительность, маскулизм-феминизм, экстравертированность-интровертированность, тем выше уровень демонстративности потребления у лиц женского пола юношеского возраста. У лиц мужского пола в юношеском периоде, чем выше будет стремление к доминированию, недоверию, авторитарности и потребность в самоутверждении (самоуважение, престиж, карьера, успех), тем выше будет уровень демонстративного потребления. Демонстративность потребления в период ранней взрослости у лиц женского пола не имеет статистически значимых взаимосвязей с нашими исследуемыми характеристиками. Демонстративность потребления в период ранней взрослости у лиц мужского пола имеет прямую статистически значимую взаимосвязь с такой характеристикой как потребность в безопасности. Это может свидетельствовать о том, что чем более выражена потребность в безопасности, тем выше уровень демонстративности потребления у лиц мужского пола в период ранней взрослости.

Ключевые слова: ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ, МОТИВАЦИЯ ДЕМОНСТРАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ, ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ, САМОАКТУАЛИЗАЦИЯ.

The relationship of personal characteristics and motivation for conspicuous consumption in adolescence and early adulthood: annotation to the thesis / Obraztsova Valeria Sergeevna; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Social and Organizational Psychology; scientific hands N.V. Korol.

Object of research is conspicuous consumption.

Subject of research is the relationship between personality traits and motivation for conspicuous consumption in adolescence and early adulthood.

Purpose to research: to determine the relationship between personality traits and motivation for conspicuous consumption in adolescence and early adulthood.

The results. The conspicuousness of consumption in adolescence in females is inversely related to such individual-personal characteristics as poise, sociability, masculism-feminism, extroversion-introversion, and there is also a relationship with the need for self-actualization. This may indicate that the more pronounced the need for self-actualization and the less pronounced the characteristics of poise, sociability, masculism-feminism, extroversion-introversion, the higher the level of conspicuous consumption in adolescent females. In males in adolescence, the higher the desire for dominance, distrust, authoritarianism and the need for self-affirmation (self-respect, prestige, career, success), the higher the level of conspicuous consumption. The conspicuousness of consumption in the period of early adulthood in females does not have a statistically significant relationship with our studied characteristics. The conspicuousness of consumption in the period of early adulthood in males has a direct statistically significant relationship with such a characteristic as the need for security. This may indicate that the more pronounced the need for security, the higher the level of conspicuous consumption in males during early adulthood.

Key words: DEMONSTRATIVE CONSUMPTION, MOTIVATION OF DEMONSTRATIVE CONSUMPTION, ATTENTION GAINING, SELF-ACTUALIZATION.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авдеева, Н.А. Взаимоотношения подростка в семье // Воспитание школьников. 2005. №7. – 26 с.
2. Азарова, Л.А. Психология девиантного поведения: учеб.-метод. комплекс. Минск: Изд-во ГИУСТ БГУ, 2009. –164 с.
3. Акиндинова И.А. Особенности самоактуализации личности в профессиях различ) ного уровня социального престижа: Дисс. ... канд. психол. наук. СПб., 2000.
4. Андреев В.И. Педагогика творческого саморазвития: учеб. Пособие / Л.А. Азарова, В.А. Сятковский. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1996. – 565 с.
5. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 378 с.
6. Асеев, В.Г. Мотивация поведения и формирование личности. М., «Мысль», 1976. – 158 с.
7. Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание/ пер. с англ. М.Б. Гнедовским и М.А. Ковальчук. М.: Прогресс, 1986. – 401 с.
8. Бороздина, Л.В. Уровень притязаний: классические и современные исследования. М.: Акрополь, 2011. – 322 с.
9. Веблен, Т. Теория праздного класса / пер. с англ. С. Д. Сорокиной. – М.: Прогресс, 1984. – 355 с.
10. Выготский, Л.С. Педагогическая психология/ под ред. В.В. Давыдовой. М.: Педагогика, 1991. – 480 с.
11. Галкин, М. Н. Поведение потребителей из среднего класса на рынке жилья крупного города европейской части России [Текст]: дис. ... канд. соц. наук / М.Н. Галкин. – Ростов-на-Дону, 2008. – 180 с.
12. Гальперин, П.Я. Введение в психологию. М.: Университет, 1999. – 332 с.
13. Гамезо, М.В., Герасимова В.С., Горелова Г.Г., Орлова Л.М. Возрастная психология: личность от молодости до старости: Учебное пособие. –М., 2003. – 185 с.
14. Ганскау, Е.Ю. Стратегии потребительского поведения семьи: на примере потребления продовольственных товаров [Текст]: дис. ... канд. соц. наук / Е. Ю. Ганскау. – СПб., 2001. – 178 с.
15. Гоголева, А.В. Аддиктивное поведение и его профилактика / под ред. Д.И.Фельдштейн и др. 2-е изд. М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2003. – 240 с.

16. Голова, А. Г. Управление потребительским поведением молодежи в условиях мегаполиса [Текст]: автореф. дис. ... канд. соц. наук / А. Г. Голова. - М., 2010. – 24 с.
17. Голованова, Н.Ф. Социализация и воспитание ребенка / Н.Ф. Голованова. – СПб.: Речь, 2004. – 272 с.
18. Гофман, А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – СПб: Питер, 2004. – 208 с.
19. Дейнека, О. С. Экономическая психология: социально-политические проблемы / О. С. Дейнека. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. – 240с.
20. Долгова, Ю. А. Социальный феномен глянцевого журналов в культуре потребления молодежи [Текст]: автореф. дис. ... канд. соц. наук / Ю. А. Долгова. – Саратов, 2011. – 21 с.
21. Дробышева, Т.В. Экономическая социализация формирующейся личности: теоретическая модель и экспериментальное исследование (на примере ценностных ориентаций личности) [Текст] /Т.В. Дробышева // Психологический журнал. – 2011. – 59 с.
22. Дронов, Д. С. особенности престижного потребления у российских женщин / Д. С. Дронов // Женщина в российском обществе. – 2011 – №2. – С. 14-19.
23. Дьяченко М.И., Кандыбович Л.А. Психология высшей школы: учеб. пособие. Минск: Изд-во Белорус. ун-та, 1981. – 383 с.
24. Егошина, Е. Б., Комиссаров, А. А. Роль рекламы в формировании потребительского намерения / Е. Б. Егошина, А. А. Комиссаров // Социология: 4М. – 1997 - № 9. – 189 с.
25. Емельянова, Т.П, Дробышева Т.В. Динамика представлений об экономическом благосостоянии у работающих взрослых в условиях до- и поствыборной ситуации в России / Т.П. Емельянова, Т.В. Дробышева // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – №3. 80 с.
26. Журавлев, А. Л., Купрейченко, А. Б. Тенденции социально-экономической жизни российского общества и развитие исследований отечественной экономической психологии [Текст] / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко // Знание. Понимание. Умение. – 2009 – №4. – 35 с.
27. Задорожнюк, И. Е. Экономические психологи о проблемах социализации / И. Е. Задорожнюк // Вопросы психологии. – 2003. – №1. – 149 с.
28. Ищенко, В. Г. Феномен потребления: знаково-символические аспекты [Текст]: автореф. дис. ... канд. философ. Наук / В. Г. Ищенко. - Чита, 2006. – 23 с.

29. Козырев, А.А. Мотивация потребителей Текст. / А.А. Козырев. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2003. 384с.
30. Коломинский, Я.Л. Самооценка и уровень притязаний учащихся старших классов вспомогательных школ в учебной деятельности и межличностных отношениях: дис. ... канд. психол. наук. Минск, 1972. – 50 с.
31. Кон, И. С. Мужчина в меняющемся мире / И.С. Кон. — М.: Время, 2009. – 496 с.
32. Кроник, А. А. Субъективная картина жизненного пути как предмет психологического исследования // Психология личности и образжизни. – М., 1987. – 153 с.
33. Кроник, А.А. Возможности оценки эффективности социальных проектов через изменения в субъективной картине жизненного пути личности // Теоретико методологические проблемы социального прогнозирования и социального проектирования научно-технического прогресса. М., 1986. – 202 с.
34. Кулагина И.Ю., Колюцкий В.Н. Возрастная психология: Развитие человека от рождения до поздней зрелости: Учебное пособие для вузов. –М.: Юрайт, 2011.– 464 с.
35. Лебедев, А. Н., Боковиков, А. К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение потребителей/ А. Н. Лебедев, А. К. Боковиков// Вопросы психологии. – 1995. – № 3. – 52 с.
36. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. - М.: Политиздат, 1975. – 304с.
37. Либенстайн, Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса / Х. Либенстайн // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.1. Под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 2000. – 380 с.
38. Малкина – Пых, И. Г. Возрастные кризисы: справочник практического психолога / И. Г. Малкина – Пых. – М. : Эксмо, 2005. – 896 с.
39. Ожегов, С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – 4-е изд. – М., 1997. – 694 с.
40. Посыпанова О.С. Особенности мотивации демонстративного потребления провинциальной молодежи // Социальная психология и общество. 2013. Том 4. № 3. С. 116–129.
41. Психологическая служба школы. /Под ред. И.В. Дубровиной. – М., 1995. – 185 с.
42. Психология возрастных кризисов: Хрестоматия. – Минск: Харвест, 2003. – 557, с.
43. Радаев В.В. Экономическая социология / В.В. Радаев. – М.: ГУ–ВШЭ, 2005. – 603с.

44. Радина Н. К. Социальная психология экономического поведения личности / Н. К. Радина // Человек в экономических и социальных отношениях. Материалы всероссийской научной конференции / Отв. ред.: А. Б. Купрейченко, Л. Широкова. М.: Институт психологии РАН, 2012. – 415 с.
45. Ратанова, Т.А., Шляхта, Н.Ф. Психодиагностические методы изучения личности / Т. А. Ратанова, Н. Ф. Шляхта. – М.: МПСИ: Флинта, 2000. – 264 с.
46. Ребзуев, Б. Г., Савельева А. А. Потребительское поведение подростков / Б. Г. Ребзуев, А. А. Савельева // Вопросы психологии. – 2006. – №2. – 147 с.
47. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: Учеб. пособие: В 2 кн. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. — Кн. 1: Система работы психолога с детьми разного возраста. — 384с: ил.
48. Семенов, М.Ю. Типология материально удовлетворенных и материально неудовлетворенных людей / М.Ю. Семенов // Омский научный вестник. – 2001. – №15. – 148 с.
49. Спасенников, В.В. Экономическая психология. / В.В. Спасенников. - М.: ПЭРСЭ, 2003. – 448 с.
50. Федько, Н.Г. Поведение потребителей Текст.: учеб. пособие /Н.Г. Федько, В.П. Федько. Ростов н/Д: Феникс, 2001. - 352с.
51. Фельдштейн, Д.И. Возрастная и педагогическая психология: Избранные психологические труды. – М.: МПСИ, 2012. – 427 с.
52. Фенько, А. Б. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам [Текст] / А. Б. Фенько // Психологический журнал. – 2004. - №2. 42 с.
53. Формирование личности в переходный период: от подросткового к юношескому возрасту / Под ред. И.В. Дубровиной. – М., 1987. – 182 с.
54. Хащенко, В.А. Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования / В.А. Хащенко // Психологический журнал. – 2004. – 199 с.
55. Хрестоматия по возрастной психологии: Учебное пособие для студентов/Сост. Л. М. Семенюк -2-е изд., испр. – М.: МПСИ, 2003. – 398 с.
56. Festinger L. A theory of social comparison processes // Human Relations. 1954. Vol. 7 (2).
57. Purinton E.F. Compensatory Or Conspicuous Consumption? // Bling It On, American Society of Business and Behavioral Sciences 16th Annual Conference. 2009. Vol. 16.