

Знание того, что возможно и другое поведение, разрывает порочный круг и открывает глаза на альтернативные способы поведения.

Список использованных источников

1. Бендас, Т.В. Гендерная психология: учеб. пособие / Т.В. Бендас. — СПб.: Питер, 2005. — 431 с.
2. Курзватова, Л.А. Конструирование гендерных идентичностей в молодежной среде: роль насильственных практик / Л.А. Курзватова // Прикладная психология. — 2000. — № 6. — С. 36-53.
3. Лопухова, О.Г. Психологический пол личности: адаптация диагностической методики / О.Г. Лопухова // Прикладная психология. — 2001. — № 3. — С. 57-67.
4. Меновщиков, В.Ю. Психологическое консультирование: работа с кризисными и проблемными ситуациями / В.Ю. Меновщиков. — М.: Смысл, 2002. — 182 с.
5. Мясищев, В.Н. Психология отношений: избр. психол. тр. / Под ред. А.А. Бодалева. — М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2004. — 400 с.
6. Насилие в семье: Особенности психологической реабилитации: учеб. пособие / Под ред. Н.М. Платоновой и Ю.П. Платонова. — СПб.: Речь, 2004. — 154 с.

УДК 159.9

## ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ НА ВИЗУАЛЬНОМ УРОВНЕ

*А.В. Соловьева*

*ЧУО «БИП – Институт правоведения», г. Гродно, Республика Беларусь*

Современная социально-экономическая ситуация формирует запрос на умение представить себя в различных жизненных ситуациях, и особенно это умение необходимо в сфере человекоориентированных практик. Способность человека использовать эффективные тактики самопрезентации для формирования благоприятного впечатления о себе приносит определенные социальные дивиденды: от простой симпатии до эффективной реализации своих профессиональных планов.

До сих пор при всем многообразии гендерных исследований исследователи самопрезентации не пришли к единому мнению по вопросу о гендерных различиях в самопрезентации личности. Возрастные особенности самопрезентации личности также остаются не выясненными и представляют интерес для эмпирического изучения.

Так, самопрезентация личности, являясь неотъемлемой составляющей социальной деятельности, представляет собой постоянный процесс предъявления Я - информации в межличностном взаимодействии, независимо от степени осознания субъектом самопрезентации своих поведенческих действий. Составляющими самопрезентации являются:

а) тактика самопрезентации - это краткосрочный поведенческий акт, включающий в себя совокупность приемов невербального и вербального поведения, направленный на создание желаемого впечатления, необходимого для определенных краткосрочных целей, о субъекте самопрезентации;

б) стратегия самопрезентации — это в различной мере осознаваемое и планируемое поведение субъекта самопрезентации, направленное на создание желаемого впечатления с учетом долгосрочных идентичностей, и использующее для своей реализации определенные тактики самопрезентации;

в) в самопрезентационном поведении человека можно выделить пять типов стратегий: стратегия уклонения, стратегия аттрактивного поведения, стратегия самовозвышения, стратегия силового влияния и стратегия самопринижения, включающие в себя двенадцать тактик защитного и ассертивного типов самопрезентации.

В проведенном в 2009 году эмпирическом исследовании принимали участие 47 человек. Общее количество респондентов составили 23 женщины в возрасте 23 – 47 лет и 24 мужчины в возрасте 29 – 53 лет.

Методологической базой проведенного исследования явились принципы системности, детерминизма и развития. Применительно к данному исследованию это означает: *принцип*

системности помогает целостно взглянуть на личность мужчины и женщины и взаимосвязь всех их качеств и состояний, а также исследовать зависимость между ними и выявить динамику их становления и развития; принцип детерминизма, согласно которому все существующее возникает, видоизменяется и прекращает существование закономерно, в данном исследовании помогает взглянуть на причинность гендерных различий, объясняющихся психофизиологическими особенностями каждого из двух полов и социальными (гендерными) стереотипами; принцип развития указывает на возможность изменения исследуемых признаков под воздействием психических структур и других факторов.

Полученные в ходе исследования данные позволили нам выявить уровень самопрезентации (Рисунок 1).

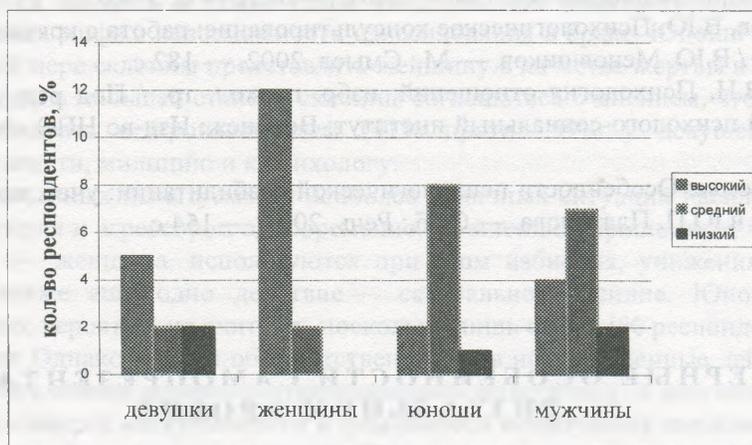


Рисунок 1 - Половозрастные особенности выраженности уровня самопрезентации личности

Низкий уровень развития самопрезентации чаще всего свидетельствует о том, что у человека есть ограниченный жесткий круг представлений и он никогда (правда, по разным причинам) не пользуется возможностью заглянуть за эту границу, посмотреть, нет ли там чего-нибудь интересного или нужного (а может, и того, и другого). Чаще всего это означает, что человек или не хочет предьявлять себя даже самому себе, или — это встречается чаще — просто не думает о себе и пользуется в повседневной жизни лишь некоторыми, возможно, наиболее важными, а чаще наиболее простыми и очевидными характеристиками. Данный уровень самопрезентации был выявлен у 12,5 % мужчин и только у 8,7 % женщин.

Средний, умеренный уровень самопрезентации оказался характерен для большинства мужчин (62,5 %) и для небольшого числа женщин (17,4 %). Как почти о всяком среднем уровне, здесь трудно сказать что-либо определенное. Вроде бы человек и знает себя, да как-то не очень хорошо, может быть, думает о себе, да как-то не очень много.

О высоком уровне самопрезентации мы можем говорить у большинства принявших в исследовании женщин (73,9 %) и небольшого количества мужчин (25,0 %). Обычно он свидетельствует, что человек смотрит на себя с разных сторон, так или иначе думает о себе и, главное, не стесняется сам себя. Однако, те, у кого высокий уровень самопрезентации, часто включают в самописание много однотипных ответов. Такие повторяющиеся ответы свидетельствуют о том, что человека волнует какая-то одна тема, одна проблема. И это очень важно. Таким образом, полученные данные позволяют нам сказать, что для большинства женщин характерен высокий уровень развития самопрезентации, для большинства мужчин — средний, т.е. женщины намного больше внимания придают тому, как они выглядят, что о них думают окружающие, они больше заботятся о создании своего имиджа.

*Ценностное отношение к знакам половой самопрезентации.* Половая идентификация протекает особенно выражено в юности, как у юношей, так и у девушек. Эта возрастная категория группируется по своему полу, в то же время выражают пристальное внимание к противоположному полу. Общей тенденцией для всех молодых юношей и девушек является переход с возрастом от использования одних знаков, обозначающих свой пол, к использованию других знаков, обозначающих пол. Смена знаков является проявлением динамики самосознания личности — идентификация с определенным знаком служит показателем уровня физического, психологического

и социального развития в юности. Юноши (особенно старшие) используют слово «юноша» в два раза реже, чем девушки — слово «девушка». Вместе с тем юноши почти не используют знаки следующего этапа развития, например, «молодой человек» или «мужчина». Функцию обозначения пола берет на себя распространенный в юношеской субкультуре знак — «чувак», «фраер». У девушек можно отметить использование слов с ласкательным значением, — «девчонка», «девчушка». У взрослых женщин и мужчин наблюдается четкая половая идентификация. В описаниях женщин чаще всего преобладает слово «женщина» (редко «мадам», «королева»), у мужчин — «мужчина» (встречается также «мен», «господин»).

*Специфика телесной самопрезентации.* Юноши делают акцент на физических характеристиках (рост, вес, физическая сила) и связанных с ними видах деятельности (спорт — преимущественно футбол). Особое место занимает презентация агрессии, которая реализуется в драке и осуществляется на основе идеала мужественности. Демонстрация агрессии, помимо физической расправы, у юношей проявляется в вербальных (сленг, жаргон) и невербальных знаках (позы, жесты, а также специфические предметы — нож, кастет, пистолет, дубинка и т.д.). Использование разнообразных знаков агрессивности является составной частью телесной самопрезентации, она придает юноше чувство самодостаточности и презентует его среди других наилучшим образом. Ценностное отношение к своим внешним данным юношей обычно утаивается. Девушки открыто ориентируются на внешние данные, на красоту («серые глаза», «я стройная», «ноги длинные»), высказывают озабоченность своей внешностью.

У взрослых мужчин обнаружена достаточно немногочисленная характеристика своего телесного образа («всегда выбрит», «ухажен», «надушен дорогим парфюмом»). Взрослые женщины так же как и молодые девушки, ориентированы на внешние данные, но в отличие от последних весьма озабочены изменениями в своей внешности («кожа стала намного хуже», «просто невозможно смотреть на себя и свое лицо в зеркале», «мне удастся ухаживать за своей кожей и она по-прежнему привлекательна»).

*Особенности указания психологических качеств.* Данные характеристики не входят в понятие «визуальная самопрезентация», однако часто встречались в ответах испытуемых. Так, было замечено, что юноши в целом мало говорят о своих психологических качествах. Среди положительных наиболее часто указываются ум, спокойствие, настойчивость, уверенность. Среди отрицательных качеств в первую очередь отмечаются лень, жадность, застенчивость («стеснительность»).

Девушки демонстрируют склонность к рефлексии по поводу своих психических качеств. Они выделяют такие качества, как чувствительность, эмоциональность, нежность, скромность, трудолюбие. Свои отрицательные качества девушки обычно не отмечают, — как правило, открыто обсуждаются амбивалентные качества.

Взрослые мужчины и женщины отмечают у себя доброжелательность, целеустремленность, способность зарабатывать деньги, вести хозяйство, воспитывать детей, а так же лень, агрессивность, эмоциональность, расчетливость.

*Полоролевые портреты, рисунок мужчины и рисунок женщины* выявили специфику использования графических знаков юношами и взрослыми разного пола. Сравнивая все полученные нами рисунки можно сделать несколько общих замечаний.

1. Общей чертой, свойственной в юности представителям обоих полов, является автопортрет в виде лица. Оказалось, что 70% юношества избегают изображать себя телесно представленными (в полный рост), в то же время детально прорисовывают мелкие черты лица.

2. Изображение представителя противоположного пола чаще является искаженным, гипертрофированным, чем рисунок представителя своего пола. Такая тенденция более выражена у юношей, чем у девушек. В то время как юноши изображают образ мужчины и образ женщины гипертрофированно, делая акцент на половых признаках, девушки не искажают образ своего пола, используют более стандартные графические образы.

3. У юношей автопортрет, как правило, включает меньше знаков юношеской субкультуры, чем рисунки мужчины и женщины. У девушек все рисунки, как правило, ближе к принятым графическим стереотипам.

4. Знаки, направленные на передачу негативных характеристик, особенно часто используются юношами в рисунке мужчины. Демонстрируется либо прямая агрессия (оскаленные зубы, сдвинутые брови, гипертрофированные кулаки, угрожающая поза, оскорбительные жесты), либо специально подчеркнутый антураж, сопутствующий агрессии (синяки, грубые швы на теле, выбитые зубы, красные глаза). Для устрашающего воздействия рисунка на потенциального зрителя используются

изображения предметов, выражающих агрессию: ножи (иногда с капающей кровью, торчащие из головы), оружие (пистолеты, автоматы), серьги (гипертрофированные), кольца (в носу, в губе, в разных частях тела), бутылки, дымящиеся сигары, сигареты.

5. Если в рисунках юношей движения, позы, жесты носят знаковый характер и направлены на передачу специфических агрессивных значений (фак, — выставленный средний палец; знак дьявола, — поднятые указательный палец и мизинец и др.), то особенностью рисунков девушек является статичность изображения.

6. Предметное окружение на рисунках в любом возрасте играет важную роль в утверждении половой идентичности. В юности (как девушки, так и юноши) стремятся использовать вещи, которые служат повышению их статуса как представителя пола в среде сверстников, т.е. носят знаковый характер. Выбор вещей и видов деятельности происходит в зависимости от пола и специфики референтной для него группы. Юноши прежде всего демонстрируют значимость предметов технокультуры, затем одежды, а девушки — предметов одежды.

7. Взрослые, как мужчины, так и женщины, внимательны к общему антуражу своей одежды, прически и украшений. Мужчины делают акцент на различных видах деятельности (трудовой, профессиональной, игровой - настольных, компьютерных, спортивных играх), а женщины — на работе по дому, хозяйственной, «домашней» деятельности, а также деятельности профессиональной. Оба пола неизменно демонстрируют себе и друг другу ориентации на определенные знаковые системы, присущие их субкультуре, ответственные за половую идентификацию.

8. Каждый возрастной этап характеризуется специфическим семантическим и знаковым пространством, соответствующим актуальным потребностям развития личности, идентификацией с одними знаками и обособлением от других. Необходимой частью этого пространства на всех этапах развития являются значения, отражающие характеристики мужского и женского пола.

*Самооценка личностных свойств.* Представленность уровня развития по шкалам «самоуважение», «самоуверенность», «активность» иллюстрирует следующая диаграмма (Рисунок 2).

При применении личностного дифференциала для исследования самоооценок значения фактора оценки (О) результаты свидетельствуют об уровне самоуважения. Высокие значения этого фактора говорят о том, что испытуемый принимает себя как личность, склонен осознавать себя как носителя позитивных, социально желательных характеристик, в определенном смысле удовлетворен собой. Низкие значения фактора О указывают на критическое отношение человека к самому себе, его неудовлетворенность собственным поведением, уровнем достижений, особенностями личности, на недостаточный уровень принятия самого себя. Особо низкие значения этого фактора в самооценках свидетельствуют о возможных невротических или иных проблемах, связанных с ощущением малой ценности своей личности.



Рисунок 2 - Уровень развития самооценки

Фактор силы (С) в самооценках свидетельствует о развитии волевых сторон личности, как они осознаются самим испытуемым. Его высокие значения говорят об уверенности в себе, независимости, склонности рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях. Низкие значения свидетельствуют о недостаточном самоконтроле, неспособности держаться принятой линии

поведения, зависимости от внешних обстоятельств и оценок. Особо низкие оценки свидетельствуют и указывают на астенизацию и тревожность. Во взаимных оценках фактор (С) выявляет отношения доминирования-подчинения, как они воспринимаются субъектом оценки.

Фактор *активности* (А) в самооценках интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Положительные (+) значения указывают на высокую активность, общительность, импульсивность; отрицательные (-) — на интровертированность, определенную пассивность, спокойные эмоциональные реакции.

Таким образом, гипотеза нашего исследования относительно того, что существуют гендерные различия в использовании тактик самопрезентации, обусловленные половозрастными характеристиками: на раннем этапе жизненного пути у женщин преобладают самопрезентационные тактики защитного типа, а у мужчин — ассертивного, что связано с выполнением приписанных гендерных ролей; на более поздних этапах жизни прослеживается иная закономерность в использовании тактик самопрезентации: у женщин наблюдается переход от защитных к ассертивным, а у мужчин — наоборот, нашла свое подтверждение.

Полученные в исследовании данные о гендерных и особенностях тактик самопрезентации могут быть использованы в практической деятельности психологов и специалистов человекоориентированных профессий при решении задач оптимизации межличностного и делового взаимодействия, формирования имиджа личности человека, профессионального консультирования.

#### Список использованных источников

1. Алешина, Ю.Е. Проблемы усвоения ролей мужчины и женщины / Ю.Е.Алешина, А.С.Волович // Вопросы психологии. — 1989. - №5. — С.34 — 42.
2. Амяга, Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении / Н.В.Амяга // Личность. Общение. Групповые процессы. - М.: Наука, 1991. — С.54 — 67.
3. Воронина, О.А. Женщина в мужском обществе / О.А.Воронина // Социологические исследования. - 1982. - №2. - С. 43-50.
4. Понятие самопрезентации в социальной психологии // Ананьевские чтения — 97 / Тезисы научно-практической конференции. — СПб, 1997. - С. 47 - 49.
5. Психология самопрезентации личности в целях достижения успеха / Психолого-педагогические проблемы развития личности в современных условиях: Психология и педагогика в общественной практике. — СПб, РГПУ им. А.И. Герцена, 2001. — С. 13-22.
6. Радина, Н.К. К проблеме использования гендерного анализа в психологических исследованиях / Н.К.Радина // Вопросы психологии. — 1999. - № 2. - С. 22-28.
7. Хороших, В.В. Психологические факторы успешности самопрезентации / В.В.Хороших. - Автореф. дис. - СПб, 2001. — 27 с.

УДК 141.319.8

## СОЦИАЛЬНЫЙ ИДЕАЛ И ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ

С.Г. Смоляк

УО «БГАТУ», г. Минск, Республика Беларусь

Новейшая история белорусского государства насчитывает двадцать лет. Суверенная Беларусь прошла за этот небольшой исторический период путь от экономической разрухи и политической нестабильности до динамично развивающейся экономики, науки и культуры. Эта динамика иллюстрируется повышением уровня жизни населения, сокращением убыточных предприятий, тотальным развитием системы народного образования, переориентацией экономики на нанотехнологии и т.д. В то же время достигнутые рубежи служат лишь первым шагом для успешного «вхождения» страны в мировой рынок, характеризующийся, прежде всего глобализацией, превращением экономик стран в элементы единого мирового хозяйства с постепенным переходом к информационному обществу, новой экономике, основанной на знаниях.

Успешное решение Республикой Беларусь сложных проблем в экономике, социальной, других сферах с необходимостью на повестку дня поставили и вопрос об идеале социального устройства, который, выражая важнейшие перспективные цели, может носить прогрессивный или регрессивный характер, в конечном счете определяемый субъектом, носителем идеала — классом, слоем,