

Секция «28.13 Психология и культура: ценностно-смысловые аспекты»

Особенности самопрезентации женщин разного возраста

Научный руководитель – Храмова Надежда Григорьевна

Ченцова Дарья Ивановна

Студент (бакалавр)

Православный Институт святого Иоанна Богослова, Москва, Россия

E-mail: Chebyrashkaki@yandex.ru

В современной культуре внешность приобретает особое значение как важный элемент социальной идентичности и межличностного взаимодействия. В условиях визуализации культуры внешний облик становится не только эстетической характеристикой, но и инструментом социального влияния, самовыражения и конструирования социального образа личности. Феномен внешности и её целенаправленного оформления, в том числе посредством декоративной косметики, следует рассматривать как неотъемлемую составляющую культурного ландшафта и ключевой элемент невербальной коммуникации. Особую релевантность это приобретает в контексте женской идентичности, поскольку общественные установки традиционно предписывают женщинам демонстрацию определённых стандартов привлекательности, аккуратности и, опосредованно, социального статуса. В этих условиях возрастает роль самопрезентации — процесса управления впечатлением, производимым на окружающих. Самопрезентация позволяет личности транслировать желаемые качества, регулировать восприятие себя другими и конструировать образ Я в различных социальных ситуациях. Одним из наиболее доступных и распространённых инструментов самопрезентации выступает декоративная косметика, которая позволяет изменять и регулировать внешний образ в зависимости от ситуации общения.

Целью исследования является выявление особенностей самопрезентации женщин разного возраста и определение характера использования декоративной косметики как средства реализации стратегий самопредъявления. В рамках дальнейшего эмпирического исследования предполагается проверить ряд гипотез. Предполагается, что использование декоративной косметики связано с выбором определённых стратегий самопрезентации. Ожидается, что у женщин разных возрастных групп будут выявлены различия как в стратегиях самопредъявления, так и в характере использования макияжа. Также предполагается, что выраженность перфекционистской самопрезентации будет связана с более интенсивным и функционально направленным использованием косметики. Кроме того, предполагается существование взаимосвязи между значимостью внешности в структуре образа Я и особенностями самопрезентации.

Теоретическим основанием исследования является концепция самопрезентации как управления впечатлением, разработанная в рамках социальной психологии. В данной работе в качестве базовой рассматривается драматургическая концепция самопрезентации, предложенная Э. Гоффманом, согласно которой социальное взаимодействие может рассматриваться как своеобразная «сцена», на которой человек конструирует определённый образ для аудитории. В рамках этой концепции внешний облик выступает важным элементом «личного фасада», посредством которого транслируются социальные роли и личностные характеристики. Использование декоративной косметики можно рассматривать как один из способов визуального конструирования образа Я и реализации стратегий самопредъявления. Также исследование опирается на представления о значимости внешности в структуре Я-концепции и на исследования образа тела в работах Т. Кэша. В дальнейшем исследовании предполагается провести анализ корреляции между методами самопрезентации, восприятием собственной внешности и паттернами применения косметических средств у

женщин различных возрастных групп.

Для этого предполагается использование следующих методик: авторской анкеты, опросника представлений о внешности ASI-R, методики стратегий самопредъявления А. В. Шкуратова, а также шкалы перфекционистской самопрезентации П. Хьюитта и Г. Флетта.

Практическая значимость исследования заключается в возможности более глубокого понимания психологической роли внешности и косметики в жизни женщин. Полученные результаты могут способствовать лучшему пониманию того, каким образом представления о внешности и стратегии самопрезентации влияют на самооценку, уверенность в себе и особенности социального поведения. Это имеет значение для психологического консультирования и психотерапии, поскольку вопросы отношения к собственной внешности, телесного образа и социальной оценки часто выступают значимыми факторами психологического благополучия. Полученные в ходе исследования данные найдут применение в профессиональной деятельности психологов-практиков, специализирующихся на психологии личности, клинической психологии и психотерапии. В частности, они могут быть использованы для разработки эффективных стратегий интервенции при работе с клиентами, сталкивающимися с трудностями в сфере самооценки, дисморфофобии и чрезмерной ориентации на внешние оценки. Помимо сугубо практического значения, данное исследование обладает выраженной социальной релевантностью, способствуя углубленному пониманию процессов конструирования женской идентичности и особенностей самопрезентации в контексте современной социокультурной динамики.

Источники и литература

- 1) Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. — М.: Канон-Пресс, 2000.
- 2) Лабунская В. А. Психология внешности личности. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2009.
- 3) Шкуратов А. В. Методика диагностики стратегий самопредъявления личности // Психологический журнал. — 2004.
- 4) Cash T. F. Cognitive-Behavioral Perspectives on Body Image // Body Image. — 2004.
- 5) Cash T. F., Pruzinsky T. Body Image: A Handbook of Theory, Research and Clinical Practice. — New York: Guilford Press, 2002.
- 6) Hewitt P. L., Flett G. L. Perfectionistic Self-Presentation in Social Contexts // Journal of Personality and Social Psychology. — 1991.