

УДК 159.9

Керимова Антонина Владимировна

Студентка

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет»

Научный руководитель: Юдеева Т.В.

Россия, г. Симферополь

Kerimova Antonina Vladimirovna

Student

GBUUVU RK "Crimean Engineering and Pedagogical University"

Scientific adviser: Yudeeva T.V.

Russia, Simferopol

КОМПОНЕНТЫ ЛИЧНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА

ЖЕНЩИНЫ

Аннотация: В статье представлены основные факторы, которые влияют на формирование образа женщины. Определены и изучены основные компоненты личности, показана их взаимосвязь. Данные представлены графически и в виде таблиц, что способствует лучшему усвоению информации.

Ключевые слова: образ женщины, личность, компоненты личности, самооценка, потребности, ценности, традиции.

COMPONENTS OF PERSONALITY IN THE FORMATION OF

WOMAN'S IMAGE

Abstract: The article presents the main factors that influence the formation of the image of a woman. Identified and studied the basic components of personality, their interrelation is shown. Data are presented graphically and in the form of tables, which contributes to better assimilation of information.

Key words: image of a woman, personality, personality components, self-esteem, needs, values, traditions.

Актуальность: В современном обществе остро выражена проблема образа современной женщины. Так, на формирование целостного образа женщины влияют различные компоненты: среда, которая воздействует на личность с помощью различных источников информации и личностные проявления. Изучение психологических особенностей женщины позволит раскрыть аспекты формирования деструктивных форм образа и разработать методы их коррекции.

Цель статьи - определить психологические особенности образа современной женщины в информационном пространстве Крыма.

Постановка проблемы: Образ современной женщины можно назвать важной составляющей национальной идентичности [7]. Начавшийся процесс трансформации ценностных систем и устоев, традиций, этических норм, на данном этапе развития социума, приобрел масштабность. Кризисы, поразившие наше государство, такие как: духовный, нравственный, демографический, социальный, политический повлияли на моральные, психологические, профессиональные, семейные отношения мужчины и женщины, а также на формирование семьи и брака. На данном этапе происходит трансформационный процесс в культуре, литературе, философии относительно взгляда на образ женщин, что актуализирует проблемы, связанные с идентификацией женщин в современном российском обществе.

На основе проведенного анализа литературы, образ женщины в информационном пространстве включает в себя несколько компонентов, представленных на Рисунке 1

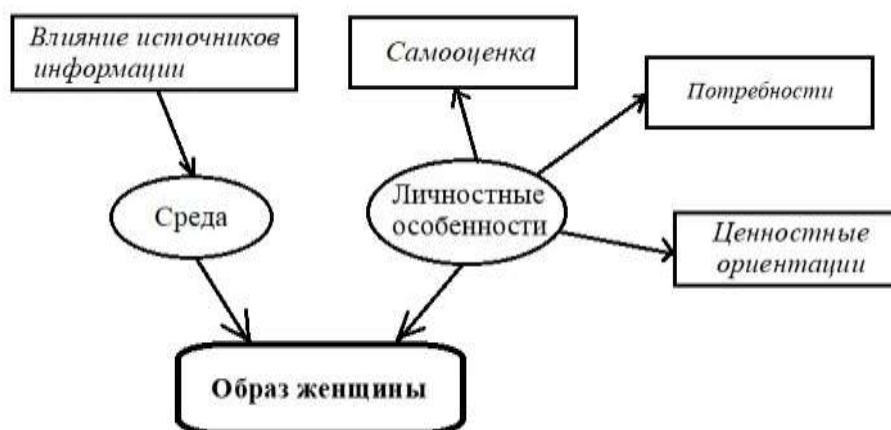


Рисунок 1. Модель образа женщины в информационном пространстве

Так, на образ женщины в информационном пространстве оказывает влияние два компонента: социальный и личностный. Компонент социального в контексте информационного пространства включает в себя источники информации, которые наиболее активно используются испытуемыми и оказывают влияние на мировоззрение, нормы морали, поведение и другие значимые сферы жизни [2].

Личностные особенности включают в себя самооценку, потребности и ценностные ориентации. Каждый из этих компонентов взаимосвязан и предопределяет личностную и социальную идентичность образа каждой женщины.

В связи с этим, для изучения образа женщины необходимо исследовать психологические особенности личности, которые формируют этот образ, что является целью исследования.

Для исследования личностных компонентов был подобран следующий диагностический инструментарий:

- ⑩ методика на выявление личностной самооценки Будасси;
- ⑩ методика определения присущих ценностных ориентаций Ш. Шварца;
- ⑩ тест степени удовлетворенности потребностей А. Маслоу (Тест Пирамида Маслоу);

Исследование проводилось на базе ГБОУ ВО РК «КИПУ» г. Симферополя. Выборка испытуемых состоит из 75 женщин в возрасте от

20 до 35 лет, которые проживают на территории Республики Крым.

После проведения методики на выявление личностной самооценки Будасси, определили, что у 35 женщин (46.7% испытуемых) наблюдается адекватно высокая самооценка, у 20% (15 женщин) наблюдается средний уровень самооценки и у 33.3% (25 испытуемых) выявлена низкая самооценка (табл. 1).

Таблица 1

Результаты самооценки по методике Будасси

Самооценка	Количество испытуемых	% соотношение
Адекватно высокая	35 человек	46,70%
Средний уровень	15 человек	20,00%
Низкая	25 человек	33,30%

По Будасси адекватно высокая самооценка показывает объективный взгляд индивида на себя, реальную оценку своих талантов, умений, качеств. Когда у человека мнение о своих достижениях совпадает с реальной картиной действительности, то это указывает на наличие адекватной самооценки. При адекватно высокой самооценке у личности наблюдается уверенность в себе, эмоциональная стабильность.

Низкая самооценка включает в себя наличия тревожности, застревающего типа акцентуации личности. Такие люди не уверены в себе, нерешительны, стеснительны, очень осторожны и испытывают потребность в одобрении, поддержки со стороны социума. Также, таким личностям присуща мнительность, податливость на чужое влияние. Часто, страдая комплексами неполноценности, они пытаются самореализоваться или самоутвердиться любым путем. Такое поведение приводит их к неразборчивости в выборе методов при достижении целей. Цели, поставленные таким человеком значительно ниже тех, которые такие индивиды могут достигнуть. Личность с низкой самооценкой иногда уходит

в неприятности, приписывая их значимость. Таким людям свойственна большая требовательность к себе и окружению, критика в свою сторону и сторону окружения, подозрительность и мстительность. Низкая самооценка у женщины, как правило, формируется с раннего детства благодаря окружающим [4].

При исследовании потребностей были определены ведущие из них (рис. 2). На данный момент, для испытуемых данной выборки, наиболее актуальной и значимой потребностью является потребность в принадлежности (к социальной группе, потребность в любовь, дружбе, общении) — 45,33%, следующее значение занимает потребность в безопасности — 34,67% выборки, а так же у 28% испытуемых наиболее выражены потребности в самоактуализации, включающие в себя личностное развитие, совершенствование. Низкие значения получили потребности в самоутверждении — 22,67%, так же в этой выборке испытуемых наблюдается слабая выраженность физиологических потребностей.

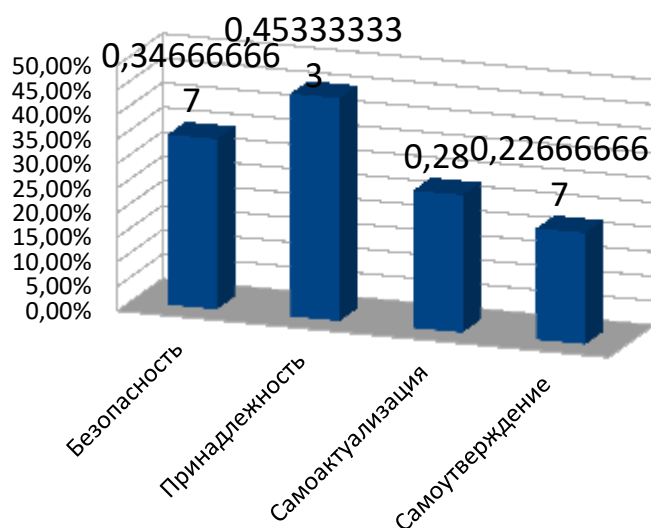


Рисунок 2 Ведущие потребности по А. Маслоу

Потребность в принадлежности относится к социальным потребностям. Это потребность чувства принадлежности к чему-либо, ощущению, что тебя принимают, чувства взаимодействия, поддержки, привязанности и любви.

Потребность в безопасности состоит не только в ограничении от

физических опасностей окружающей среды, сюда так же относится уверенность в будущем, возможность удовлетворения жизненно важных (низших) потребностей.

Потребность в самовыражении или самоактуализации по Маслоу, является потребностью в личных достижениях, реализацией своих возможностей и личностном развитии.

Самоутверждение как потребность проявляется в убежденности «Ценностного — Я» и проявляется в маркерах значимости: карьера, успех, престиж и др. Следует указать то, что система потребностей А. Маслоу носит иерархический характер. Потребности низшего порядка требуют их скорейшего удовлетворения, значит, оказывают влияние на поведение индивида прежде, чем на мотивации начнет отзываться потребность более высокого порядка. Личность находится в непрерывном процессе развития и роста, поэтому потребность в самоактуализации не может быть полностью удовлетворена [3].

Исследуя ценностные ориентации испытуемых данной выборки, нами было выявлено то, что у испытуемых чаще всего встречаются такие типы ценностей, как универсализм, традиции, доброта, безопасность, достижения, а так же самостоятельность [6].

Безопасность, как ценность, наиболее актуальна для 36% испытуемых. Так же, по полученным данным высокие значения занимают такие ценности, как: самостоятельность — 28%, доброта — 26,67%, универсализм — 25,33% и достижения — 21,33%; менее проявляются в данной выборке следующие ценностные ориентации: гедонизм, стимуляция, власть и конформность, среднее значение которых составляет 19,33%.

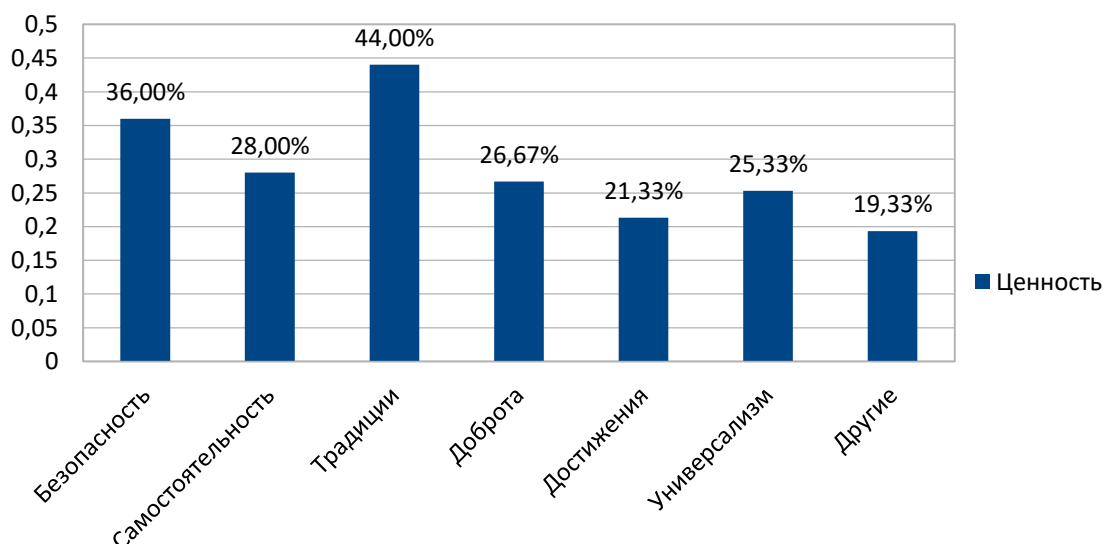


Рисунок 3 Проявления ведущих ценностей по методике Ш. Шварца

Полученные значения отражают высокие показатели ценностей в исследуемой выборке женщин. Так, согласно полученным данным, наибольшие показатели соответствуют ценности Традиции (44%), что показывает высокую принадлежность к принятым традиционным нормам, уважение обычаев своей социальной группы, следование принятым ценностям, верованиям и нормам поведения.

По Ш. Шварцу данные ценности входят в десять основных человеческих ценностей [1]. Автор указывает, что в соотношении десяти основных человеческих ценностей (круг ценностей Шварца) такие ценности, как безопасность и традиции относятся к консерватизму. Доброту и универсализм относят к самотрансцендентности, а так же самостоятельность, как ценность, включающую в себя творчество и свободу, входящую в открытость изменениям по Шварцу.

Самостоятельность, как ценность представляет собой независимое мышление и выбор действий, творческого направления, научной деятельности. Ценность универсализма включает в себя мотивационную цель такого типа ценностей, как понимание, принятие, терпение, защита природы и окружающего мира. Доброта как ценность, по Шварцу, сосредоточена на благополучном взаимодействии с другими. Данный тип

ценностей выходит от потребности в позитивных контактах, потребности благополучия и развития группы, в эту категорию входит: полезность, лояльное отношение, честность, любовь, ответственность.

В традиции, как ценность, входит наличие обрядов, символов, ритуалов и действий, которые закрепляются в каждом обществе в ходе взаимодействия. Традиции выражают единство ценностей и гарантий безопасности. Традиции чаще выступают в виде верований, поведенческих норм, религиозных обрядов. Мотивационной целью таких ценностей является уважение, следование идеям, нормам, обычаям, которые закреплены в той культуре личности.

Безопасность как ценность, по Ш. Шварцу, относится к общественной и выражает цели безопасности для отдельных индивидов. К таким ценностям относят общественный порядок, государственная безопасность, взаимоподдержка и помощь, принадлежность. Мотивационной целью данного типа является гармоничность, безопасность, стабильность контактов, социума, самой личности.

Потребности и ценности — это взаимосвязанные, близкие категории личности [5]. Так, потребности трансформируются в интересы, которые в свою очередь превращаются в ценности.

Как видно на Рисунке 2 и Рисунке 3 такие показатели как: потребность в принадлежности (преобладание у 45.33 % испытуемых) и традиции (ведущая ценность у 44 % испытуемых) наиболее выражены, что соотносимо для данной выборки. Кроме этого, наблюдаются высокие значения по шкалам безопасности: 36% - безопасность как ценность; 34% - безопасность как потребность.

Вывод

Изучение таких компонентов личности как: самооценка, потребности и ценности позволили определить личностные особенности образа женщины. Гармонично выраженные значения показывают целостность

полученного образа. Ценность традиций и потребность в принадлежности показывает высокое самосознание, что является основой российского социума.

Важно, что в сознании нашего общества всегда присутствовали духовные ценности в большей значимости, чем материальные, уважительное отношение к традициям и устойчивым духовным нормам.

Современные женские издания полностью отвечают запросам женской читательской аудитории, а так же образуют образ женщины, которому в дальнейшем будут подражать читательницы. Исходя из этого, предпочитаемые нашей выборкой информационные источники в большей степени транслируют традиционные образы, которые близки нашим испытуемым.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурлачук Л.Ф. Психодиагностика: Учебник для вузов. 2-е изд. СПб.: Питер, 2015.
2. Керимова А.В. Влияние информационного пространства на формирование личности // Форум молодых ученых № 3(19) 2018
3. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2009.
4. Никиреева Е. М. Психологические особенности направленности личности. Учебное пособие. – М., 2007.
5. Сайт Studopedia.ru. Взаимосвязь потребностей и ценностей [Интернет-ресурсы]. - Режим доступа: https://studopedia.ru/2_10240_osnovnie-ponyatiya-teorii-potrebnostey.html
6. Сайт Studopedia.ru. Шкала ценностей Ш. Шварца [Интернет-ресурсы]. - Режим доступа: https://studopedia.ru/7_51885_shkala-tsennostey-sh-shvartsa.html
7. Цалко Е.О. Образ русской женщины в структуре национальной идентичности русских (По материалам интервью) [Интернет-ресурсы]. - Режим доступа: <https://elibrary.ru>