

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ВИЗИБЕЛЬНОСТИ ОБРАЗА СОБСТВЕННОГО ТЕЛА

И.В. Грошев, Т.Ю. Штыркина

Кафедра управления персоналом и маркетинга
Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина
ул. Интернациональная, 33, Тамбов, Россия, 392000

Статья посвящена исследованию социальной визибельности образа собственного тела в гендерном аспекте. Оцениваются в сравнительном аспекте компоненты образа собственного тела у девушек и юношей, а также характер влияния психосоциальных факторов на восприятие гендерного образа.

Ключевые слова: физическая привлекательность, стереотип, психологическое напряжение, образ, пол, внешность.

Красота человека как выражение не только его внешнего облика, но и внутренних качеств по-разному оценивалась в разные времена. Богатое разнообразными и сложными ассоциациями, понятие красоты не являлось чем-то стабильным, раз и навсегда данным. Каждая историческая эпоха несла свое представление о человеческой красоте, социальной визибельности мужского и женского тела, которое формировалось существующими общественными условиями, характером жизненного уклада, вкусами определенных классов общества.

В последнее время в ряде гуманитарных наук, включая социологию и психологию, отмечается общемировая тенденция роста интереса общества к вопросам достижения и поддержания определенных стандартов физической привлекательности. Особенно заслуживает внимания тот факт, что в общественном сознании такие понятия, как «совершенство», «физическая привлекательность», «красота», «телесность» в настоящее время выходят на первый план [1; 11].

Большую роль в формировании гендерного образа и в частности образа тела играют средства массовой информации (СМИ). Общество привыкло ориентироваться на стереотипы, бытующие в массовом сознании. В настоящее время соци-

альной визуальности гендерного образа (в особенности женского) в СМИ стали уделять большее внимание.

В процессе восприятия человека человеком [2] происходит своеобразная «персонализация стереотипа». Оценочные стереотипы, характеризующие людей на основе анализа их внешности (эмоционально-эстетические), основаны на оценке внешности, ее соответствия эталонам красоты и экспрессии внешнего облика. Эмоционально-интегративные стереотипы оценивают личность в целом, а эмоционально-аналитические — отдельный элемент внешности.

В настоящее время психологи в разных странах все чаще фиксируют распространение в современном обществе проблемы неудовлетворенности людей. В частности, недовольство своей внешностью и образом тела является одной из таких проблем общества. У многих людей появляется зависимость от «придуманных» эталонов красоты. В связи с этим и женщины, и мужчины очень часто впадают во всякого рода крайности, среди которых особо выделяются следующие: панический страх потерять красоту, зависимость от пластических операций и т.п. Это держит людей в «рабстве» и в постоянном психологическом напряжении. В итоге с течением времени наступает состояние, в котором у человека появляется стремление соответствовать недостижимым социальным представлениям о красоте тела. Формируются ценности, противоречивые и взаимоисключающие мотивы и цели, с которыми он не может справиться, не может выработать приоритеты своего поведения. На основе существенных расхождений между реальными и идеальными представлениями для человека и невозможностью личности соответствовать этим представлениям-требованиям, как следствие, возникает негативное отношение к себе, выражающееся через различные формы и виды, например «истязания» собственного тела.

Большинство исследователей анализируемой проблемы приходят к выводу о том, что женщины на почве этого более подвержены неврозам, появлению и развитию внутриличностных конфликтов, эмоциональному выгоранию вследствие большей эмоциональности, восприимчивости, чувствительности [9]. Более того, нарушение восприятия социальной визуальности образа собственного тела является стержневым феноменом в развитии таких психопатологических расстройств, как дисморфофобия (1) или нарушения пищевого поведения (2) [9; 10].

В связи с этим психологи ввели понятие нормативной социальной неудовлетворенности личностной визуальности образа собственного тела (ОСТ), характеризующее уровень неудовлетворенности ОСТ, который по результатам многих исследований выше у женщин, чем у мужчин, на протяжении всей жизни [3; 7]. Неадекватное восприятие ОСТ — это состояние, при котором человек считает, что он выглядит хуже, чем на самом деле.

ОСТ — это понятие, которое включает восприятие человеком образа собственного тела, чувственную окраску этого восприятия и того, как, по его мнению, оценивают его окружающие. Удовлетворенность ОСТ, отражающая оценочный компонент ОСТ, является компонентом адекватной самооценки, а неудовлетворенность, как правило, коррелирует с заниженной самооценкой личности. При

этом необходимо заметить, что неудовлетворенность ОСТ и неудовлетворенность собственным телом или его частями — не одно и то же. Понятие неудовлетворенности ОСТ более широкое, так как в случае неудовлетворенности собственным телом нивелируется значимость представления человека об отношении окружающих к его внешности, не учитывается комплекс когнитивных и поведенческих реакций, опосредованных внешностью [4].

Актуальность проблемы нарушения восприятия личностной визуальности ОСТ особенно возросла к концу XX — началу XXI в., и причиной тому является существенное изменение стандартов красоты. В настоящее время идеальным образом тела, например, для женщин, считается стройная, худощавая фигура, маленькие бедра и большая грудь. По сути, такое сочетание для большинства женщин недостижимо без применения пластической хирургии [10]. С целью достижения идеала красоты многие пытаются «корректировать» свою фигуру такими методами, как использование всевозможных диет, вызывание рвоты или использованием изнуряющих физических упражнений и пр. В то же время для мужчин идеальной считается V-образная, мускулистая, с хорошо развитыми мышцами верхней части тела и брюшного пресса, динамичная фигура [14].

Биологические изменения в организме человека начиная с периода полового созревания приводят к закономерным изменениям в форме и пропорциях тела. Женская фигура имеет тенденцию отклоняться от культурального идеала, тогда как мужская приближается к нему. Это является одной из причин того, что нарушение социальной визуальности ОСТ и беспокойство по этому поводу более характерно для женщин.

Целью представленного исследования явилась оценка в сравнительном аспекте компонентов социальной визуальности ОСТ у девушек и юношей, характера влияния психосоциальных факторов на социальную визуальность ОСТ, а также беспокойства в отношении собственного гендерного образа.

Для проведения исследования использовались опросник «Образ собственного тела» (ОСТ), шкала оценки уровня удовлетворенности собственным телом (ШУСТ) и опросник психосоциальных факторов (ОПФ). В исследовании участвовали 60 человек: молодые женщины и мужчины в возрасте 20—35 лет. Данная выборка была разбита на две подгруппы. Добиться гендерной эквивалентности подгрупп не представилось возможным вследствие неравномерной представленности мужчин и женщин в подгруппах. На вопросы шкалы оценки уровня удовлетворенности собственным телом и опросника ОСТ было предложено ответить 20 женщинам и 20 мужчинам, на вопросы опросника психосоциальных факторов — 40 женщинам.

Опросник ОСТ позволяет оценить степень удовлетворенности / неудовлетворенности образом собственного тела у респондентов на основании анализа когнитивных и поведенческих компонентов. Структурно опросник представляет собой 12 утверждений, касающихся оценки человеком социальной визуальности образа собственного тела и предполагаемой оценки его окружающими. Респонденты отметили степень субъективной приемлемости утверждений на основании

градации «никогда — иногда — часто — всегда» (от 0 до 3 баллов соответственно).

Для детализации того, какими именно частями своего тела более недовольны респонденты, была использована шкала оценки уровня удовлетворенности собственным телом. Определение степени неудовлетворенности различными частями тела производилась по шкале Лайкерта от 0 до 6 баллов. Кроме этого, данный опросник позволил оценить общую неудовлетворенность собственным телом (суммарный балл по опроснику).

Опросник психосоциальных факторов был адаптирован специально для подгруппы женщин-респондентов, принимавших участие в исследовании, и предназначен для изучения влияния СМИ и общества на личностное стремление к похуданию и изучение личностного уровня беспокойства в отношении внешнего вида. Он представляет собой 18 утверждений, каждое из которых опрашиваемый может оценить в 1—7 баллов в зависимости от степени, в которой утверждение согласуется с его собственным мнением и поведением [13]. Отдельные пункты оценивали беспокойство в отношении внешнего вида («Я была бы смущена, если бы, находясь среди людей, не выглядела бы идеально» и др.), давление со стороны СМИ в отношении похудения («Телевизионные передачи, реклама, журналы превозносят стройную женскую фигуру» и др.), социальное давление со стороны социума в отношении похудения («Большинство людей полагает, что девушка должна быть худой» и др.), положительное восприятие физического облика окружающими («Люди отмечают, насколько я привлекательна» и др.).

Для статистической обработки данных использовались коэффициент корреляции Спирмена и *t*-критерий Стьюдента.

Результаты исследования показали, что адекватное отношение к социальной визибельности имеют ОСТ 33 респондента (82,5%), легкую неудовлетворенность выразили 6 человек (из них 1 юноша и 5 девушек) — 15%, умеренную неудовлетворенность — 1 девушка (2,5%). Оценка степени неудовлетворенности образом собственного тела показала достоверно больший ($p < 0,01$) уровень неудовлетворенности у девушек (средний балл по результатам опроса — 6,15) по сравнению с юношами (средний балл — 3,75).

Полученный результат согласуется с данными ряда зарубежных исследований, согласно которым неудовлетворенность ОСТ значительно более характерна для женщин, чем для мужчин [12]. Более того, есть основания считать, что неудовлетворенность образом собственного тела у женщин является стабильной характеристикой на протяжении жизни.

Анализ общей неудовлетворенности собственным телом, проведенный путем суммирования баллов, полученных при оценке степени неудовлетворенности различными частями тела по ШУСТ, не показал достоверной разницы в мужской и женской подгруппах выборки. Сравнительные результаты, полученные в исследовании, выявили, что же более всего не нравится респондентам в своем теле. На рисунке представлены систематизированные конкретные результаты отдельно по подгруппе женщин и подгруппе мужчин.

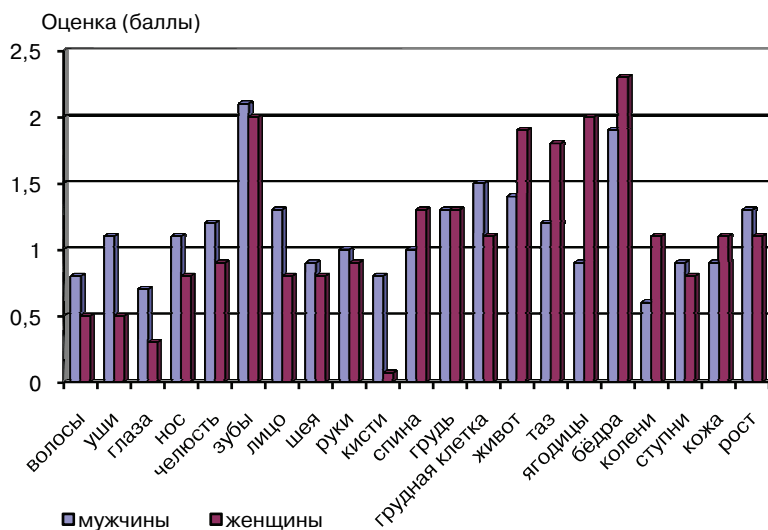


Рис. Сравнительная оценка степени неудовлетворенности собственным телом у юношей и девушек (по ШУСТ)

В то же время углубленный анализ выявил достоверные гендерные различия в характере неудовлетворенности различными частями тела: юноши более недовольны верхней частью тела ($p < 0,05$), а девушки — нижней ($p < 0,01$), что согласуется с данными других исследователей [4].

Следует отметить, что неудовлетворенность нижней частью тела, выявленная в исследовании, связана с частями тела, во многом определяющими его массу. При этом тот факт, что женщины всего мира ежегодно тратят огромные финансовые средства на различные способы коррекции собственной внешности прежде всего за счет влияния на вес тела (в том числе посредством хирургических вмешательств), в определенной степени подтверждает полученные результаты. Более того, неожиданно обнаружилось, что юноши значительно более недовольны своим лицом, чем девушки ($p < 0,05$). Возможно, это связано либо с малым объемом выборки, либо отражает особенности социальной визуальности ОСТ в плане реализации мужской сексуальности обследованных, что нуждается в дополнительном исследовании.

Можно полагать, что женщины более подвержены социальному влиянию в отношении восприятия собственного тела. В некоторой мере это можно объяснить результатами исследований, в которых было показано, что мужчины подчеркивают физическую привлекательность при выборе партнерши значительно больше, чем женщины при выборе партнера [9]. СМИ, в свою очередь, успешно «культивируют» идеальный образ тела, предпочтительный полом, противоположным тому, для которого производится рекламируемая продукция [3]. Кроме того, женские журналы содержат в 10,5 раз больше рекламных объявлений и статей относительно потери веса по сравнению с мужскими, которые содержат объявления, поощряющие мужчин изменять фигуру, укрепляя верхнюю часть своего тела и живот [12]. Имеются данные, свидетельствующие о том, что девочки начинают регулярно читать такие издания к концу начальной школы и, по грубым

оценкам, около 25% школьниц этого возраста читают журналы мод по меньшей мере 2 раза в неделю [10].

Результаты исследования при помощи опросника психосоциальных факторов выявили большее давление СМИ в отношении похудения по сравнению с социальным давлением. Однако результаты оказались недостоверными. Возрастающую же беспокойства в отношении внешнего вида в большей степени сопутствует влияние общества на стремление к похуданию ($r = 0,32, p < 0,05$).

Кроме того, выявлена связь между такими показателями, как общий уровень неудовлетворенности собственным телом (ШУСТ), когнитивными и поведенческими компонентами образа собственного тела (опросник ОСТ), с одной стороны, и беспокойством в отношении внешнего вида ($r = 0,54, p > 0,05$), давлением СМИ в отношении похудения ($r = 0,16, p > 0,05$ и $r = 0,26, p > 0,05$), социальным давлением в отношении похудения ($r = 0,35, p > 0,05$ и $r = 0,39, p > 0,05$) (опросник ОПФ) — с другой. Низкий уровень достоверности выявленных корреляционных взаимоотношений, полученный в данном исследовании, может быть обусловлен малой выборкой.

На основании приведенных результатов исследования можно сформулировать следующие выводы.

Выявлены гендерные различия в неудовлетворенности образом собственного тела (для девушек характерна большая степень неудовлетворенности, чем для юношей).

Девушки в большей мере (по сравнению с юношами) проявляют озабоченность в связи с неудовлетворенностью частями тела (живот, таз, ягодицы, бедра), сопряженными с его весом.

Социальное давление в отношении похудения может опосредовать беспокойство о собственной внешности у девушек ($r = 0,32, p < 0,05$).

Общий уровень неудовлетворенности социальной визибельности собственного тела имеет сопряженные отношения с когнитивными компонентами ОСТ ($r = 0,54, p < 0,05$).

Проблема социальной визибельности образа собственного тела и его нарушений в различных возрастных группах, учитывая социальную и медицинскую значимость ее возможных последствий, требует проведения более глубоких исследований для обеспечения не только надежной научной базы, но и здорового восприятия собственной внешности.

ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) Дисморфофобия — это состояние, сопровождающееся наличием навязчивых или сверхценных переживаний по поводу наличия какого-то воображаемого или сильно переоцениваемого физического недостатка (касается строения ног, размеров или формы носа, ушей и др.) [6].
- (2) К нарушениям пищевого поведения относятся нервная анорексия и нервная булимия. Социальная и медицинская значимость изучаемой проблемы определяется еще и тем, что среди всех психических расстройств максимальная смертность пациентов от естественных и неестественных причин наблюдается при расстройствах пищевого поведения и зависимости от психоактивных веществ. В частности, при нервной анорексии 15,6% пациентов умирают от причин, связанных с этим заболеванием, а в отдаленном периоде этот показатель достигает 20% (основные причины — остановка сердца и суицид) [8].

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ажгихина Н.И.* Образ, деловой женщины в современных российских средствах массовой информации // Женская повестка дня в СМИ: материалы международного круглого стола на факультете журналистики МГУ. — М.: «Эслаи», 2000. — С. 42—46.
- [2] *Бодалев А.А.* Восприятие и понимание человека человеком. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.
- [3] *Воронина О.* Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ // Знамя. — 1999. — № 2. — С. 165—175.
- [4] *Грабельников А.А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетия. — М., 1996.
- [5] *Грошев И.В.* Анализ современных исследований половозрастных характеристик психофобических психических расстройств, детерминирующих поведенческие паттерны личности // Российский психиатрический журнал. — 2010. — № 3. — С. 16—24.
- [6] *Грошев И.В.* Гендерно-половозрастные особенности паттернов поведения при агорафобических тревожных расстройствах // Российский психиатрический журнал. — 2008. — № 6. — С. 30—39.
- [7] *Грошев И.В.* Образ женщины в рекламе // Женщина. Гендер. Культура. — М.: МЦГИ, 1999. — С. 331—343.
- [8] *Грошев И.В.* Пол и болезни: краткий обзор современных исследований // Социология медицины. — 2004. — № 2. — С. 35—50.
- [9] *Грошев И.В.* Психофизиологические различия мужчин и женщин. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2005.
- [10] *Гусева Ю.* Динамика репрезентации образа женщины-политика в женских журналах, [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/149602/2802.html>
- [11] *Клирикова О.Н.* Женская культура // Русские женщины в лабиринте равноправия (очерки политической теории и истории. Документальные материалы) / Под ред. С.Г. Айвазовой. — М.: Изд-во «РИК Русанова», 1998. — С. 297—307.
- [12] *Пассерини Л.* Женщина в массовой культуре. Двойственность образа // Гендерные исследования. — 2004. — № 121. — С. 90—100.
- [13] *Психологическая диагностика. Учебное пособие* / Под ред. К.М. Гуревича и Е.М. Борисовой. — М.: Изд-во УРАО, 1997.
- [14] *Синельников А.А.* Мужское тело: взгляд и желание. Заметки к истории политической технологий тела в России // Гендерные исследования. — 2000. — № 2. — С. 209—220.

GENDER ASPECT OF STUDYING SOCIAL VISIBILITY OF ONE'S OWN BODY IMAGE

I.V. Groshev, T. Yu. Shtyrkina

Stuff Management and Marketing Chair
Tambov State University named after G.R. Derzhavin
Internatsionalnaya str., 33 Tambov, Russia, 392000

The article is devoted to the research of social visibility of one's own body image in the gender aspect. The components of their own body image in girls and young men and also the impact of the psychological and social factors on the perception of gender image are estimated in the comparative aspect.

Key words: physical appeal, stereotype, psychological tension, image, sex, appearance.