

Отношение к внешнему облику женщин с различной направленностью в общении

Мартыненко Кристина Игоревна

Аспирант

Южный федеральный университет, Факультет психологии, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: mkristina@rambler.ru

В психологии, начиная с В.Н. Мясищева [8], «отношение» определяется как психологическая связь человека с окружающим его миром вещей и людей. Отношения личности образуют систему, которая включает в себя отношение к предметам и явлениям внешнего мира (субъект-объектные отношения), отношение к другим людям (субъект-субъектные отношения) и отношение к себе (самоотношение).

Отношение человека вообще, и к внешнему облику в частности, непосредственно связано с социальной перцепцией, восприятием, поскольку без восприятия невозможно и отношение к чему-либо. В свою очередь социальная перцепция, является важнейшей составляющей процесса общения, без которого современный человек не мыслит свое существование.

Важным фактором общения выступает коммуникативная направленность личности. С.Л. Братченко [3] выделяет 6 ее видов: диалогическую, манипулятивную, альтероцентрическую, конформную и индифферентную. Наибольший интерес представляют две первые, являющиеся в определенной степени антиподами.

Т.к. социальная перцепция является важнейшей составляющей процесса общения, можно предполагать, что на восприятие и понимание партнера направленность личности в общении (НЛО) будет оказывать большое влияние.

Поэтому **цель** нашего исследования заключалась в том, чтобы изучить отношение к внешнему облику женщин с различной направленностью в общении.

Предмет исследования – взаимосвязи между диалогической и манипулятивной направленностью в общении и отношением человека к своему внешнему облику, социально-психологическими функциями внешнего облика и выраженностью стремления его изменять.

Мы предполагали, что между оценкой и восприятием своего внешнего облика, его социально-психологических функций женщинами с манипулятивной и диалогической направленностью в общении будут существовать как сходства, так и значимые различия.

С целью проверки выдвинутой гипотезы были использованы следующие **методики**:

1. Для исследования отношения к своему внешнему облику и степени удовлетворенности им – шкала «Отношение к своему внешнему облику» (женский вариант) В.А. Лабунской и Е.В. Белугиной [6, 7].

2. Для выявления доминирующей направленности в общении – методика НЛО («Направленность личности в общении») С.Л. Братченко [3].

3. Для определения оценки значимости функций внешнего облика - специально разработанный вариант анкеты на основе опросника, предложенного О.А. Герасимовой («Социально-психологические функции внешнего облика в жизни человека») [4].

4. Для выявления стремления человеком изменять свой внешний облик - Методика «Оценка выраженности желания изменить свой внешний облик».
5. С целью обработки полученных данных применялся корреляционный анализ.
6. Использовалась компьютерная программа статистического анализа данных «Statistica 6.0».

Эмпирическим объектом исследования стали 66 женщины – посетительницы салонов красоты в возрасте от 25 до 49 лет, из которых, в соответствии с целью исследования, было отобрано 30 человек. Первоначальная группа женщин с диалогической направленностью в общении составляла 24 человека, из их числа было отобрано пятнадцать с наиболее выраженной направленностью в общении. Группа женщин с манипулятивной коммуникативной направленностью также состояла из пятнадцати человек.

В целом результаты исследования показали, женщины с манипулятивной направленностью в общении имеют менее позитивную оценку своего внешнего облика, чем женщины с диалогической направленностью, хотя и уделяют своей внешности больше внимания, считая ее проявлением индивидуальности, и стремятся понравиться как себе, так и другим. Однако салоны красоты женщины с манипулятивной направленностью посещают реже, чем женщины с диалогической направленностью, и не столько для повышения женской привлекательности и уверенности в себе, сколько для престижа, социального статуса, т.е. демонстрации своего отличия от других. При этом женщины с диалогической коммуникативной направленностью имеют более позитивную оценку своего внешнего облика, не стремятся что-то кардинально изменить в нем. Женщины же с манипулятивной коммуникативной направленностью хотели бы и стремятся изменить в своем внешнем облике практически все и относятся позитивно к своему внешнему облику лишь тогда, когда они могут вмешиваться, контролировать и управлять впечатлением о себе.

Литература

1. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во Моск. унта, 1982.
2. Бодалев А.А. Личность и общение. М.,1983.
3. Братченко С.Л. Диагностика личностно-развивающего потенциала: Методическое пособие для школьных психологов. Псков, 1997.
4. Герасимова О.А. Социально-психологические характеристики ольфакторной самопрезентации личности: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2003.
5. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов н/Д, 1999.
6. Лабунская В.А., Белугина Е.В. Отношение к своему внешнему облику субъекта затрудненного общения // Материалы международной конференции: «Психология общения: социокультурный анализ». , Ростов-на-Дону, 2003. С. 67-88.
7. Лабунская В.А., Герасимова О.А. Гендерная интерпретация парфюмерных запахов // Вестник РГУ. Вып.5. Ростов-на-Дону: РГУ, 2000. С.282-288.

8. Мясищев В.Н. Психология отношений: Избранные психологические труды (под ред. Бодалева А. А) - М.: Модэк МПСИ, 2004.
9. Рюмшина Л.И. Игры и манипуляции в межличностном общении. Ростов-н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 1997.
10. Рюмшина Л.И. Манипулятивное общение и личность манипулятора //Социальная психология личности в вопросах и ответах /Под ред. В.А. Лабунской. - М.: Гардарики, 2000.