

**ИДЕАЛЫ ЖЕНСКОЙ КРАСОТЫ КАК ФАКТОР, ФОРМИРУЮЩИЙ САМООЦЕНКУ
УЧЕНИЦ СТАРШИХ КЛАССОВ****Жандусова Айдана Ериковна**

магистрант, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Республика Казахстан, г. Алматы

Хан Наталья Николаевна

научный руководитель, д-р пед. наук, профессор, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация. Несмотря на то, что в последние годы появилось достаточно много литературы и исследований, изучающих взаимосвязь между культурными стандартами красоты и самоуважения у женщин, большая часть подобных исследований являются количественными и проводились в основном с участием представительниц студенческого возраста. В результате известно относительно мало о субъективном опыте более молодого поколения, в частности, о взаимосвязи между идеалами женской красоты и тем, как ученицы старших классов воспринимают как свои личные идеалы красоты; и, в свою очередь, какова взаимосвязь между самовосприятием учениц старших классов своей женской красоты и идеалом, которые они сами себе обозначили, более того, насколько установившиеся идеалы женской красоты влияют на их формирование самооценки. Таким образом, это качественное исследование призвано внести свой вклад в восполнение обозначенного пробела. Цель данной работы заключается в критическом анализе современных зарубежных работ, посвященных релевантной тематике, опубликованных в рецензируемых научных журналах. Автором было проанализировано достаточное количество работ, чтобы сформулировать основные идеи и теорию влияния «идеалов женской красоты» на формирование самооценки учениц старших классов на основе зарубежной научной мысли. Подобная теория внесет разнообразие и заметно обогатит научное направление отечественных исследований, подстегнет развитие новых качественных и количественных работ.

Abstract. Despite the fact that in recent years there has been a lot of literature and research studying the relationship between cultural standards of beauty and self-esteem in women, most of such studies are quantitative and were carried out mainly with the participation of college-age representatives. As a result, relatively little is known about the subjective experiences of the younger generation, in particular the relationship between the ideals of feminine beauty and the way high school students perceive them as their personal ideals of beauty; and, in turn, what is the relationship between the self-perception of high school students of their feminine beauty and the ideal that they have designated for themselves, moreover, how much the established ideals of feminine beauty influence their formation of self-esteem. Thus, this qualitative study is intended to contribute to filling this gap. The purpose of this work is to critically analyze contemporary foreign works on relevant topics published in peer-reviewed scientific journals. The author has analyzed a sufficient number of works to formulate the main ideas and theory of the influence of “ideals of female beauty” on the formation of self-esteem of senior school students based on foreign scientific thought. Such a theory will add variety and noticeably enrich the scientific direction of domestic research, and spur the development of new qualitative and quantitative works.

Ключевые слова: критический анализ, идеалы красоты, самовосприятие, самооценка, старшие школьники, формирование самооценки, влияние.

Keywords: critical analysis, ideals of beauty, self-perception, self-esteem, senior students, the formation of self-esteem, influence.

Введение. В современной научной мысли укрепилось мнение о том, что самооценка представляет собой образ себя, «созданный самим человек, и что этот образ себя может совпадать или не совпадать с оценками других» [1, 4-5]. Иными словами, самооценка связана с положительным или отрицательным отношением других представителей социума к субъективному образу себя, который данный человек создал. Данная трактовка не является исчерпывающей, ведь образ не всегда представляет собой полноценное единое целое, чаще всего, он состоит из неких элементов, или множества образов, которые являются отражением множества различных частей личности, образующих целое. Такие части чаще всего зависят от социальных ролей, примеряемых личностью на протяжении жизни, например, родитель, ребенок, работник, ученик, друг, мужчина, женщина и т.д. Однако из всех частей себя, составляющих единое целое, то, как женщина думает о своей внешности, обычно считается лучшим показателем самооценки. Отношение женщины самой к себе напрямую влияет на ее чувство собственного достоинства, иными словами, чем лучше женщина думает о своей внешности, тем выше ее чувство собственного достоинства. С другой стороны, если такие отношения представляются негативными, то может возникнуть ряд проблем как физического, так и психологического плана, например, расстройство пищевого поведения, злоупотребление психоактивными веществами, депрессия и самоубийство.

Ученые-психологи сходятся во мнении, что самовосприятие, как и самооценка постоянно развиваются и пересматриваются на протяжении всего жизненного цикла человека и связанных с данным циклом проблем [2]. Человек может чувствовать себя хорошо по поводу своей работы в одних областях своей жизни и не очень хорошо в других, оценивать по-разному свои достижения и успехи в разных ролях. Таким образом, самовосприятие/самооценка женщины и ее чувство собственного достоинства влияют на все области ее жизни.

Наибольший стресс, приходящий на процесс формирование самовосприятия/самооценки человека приходится в подростковый период. Именно на данном этапе развития личности, человек сталкивается с кризисом и более всего задумается о том, как его воспринимает социум, ведь теперь он полноправный и полноценный субъект общества. С другой стороны, самооценка усиливается, ведь и сам подросток начинает видеть себя как субъекта общества. Тем самым, происходит усложнение самовосприятия/самооценки, «в нее включаются нравственные проявления, отношения с окружающими, собственные возможности» [3]. Восприятие внешних оценок особенно обостряется в подростковый период, человек начинает сравнивать себя с теми, кем восхищаются, о ком говорят, кого он сам считает «идеалом». Таким образом, примерно к старшему школьному возрасту, подростки, в частности, молодые девушки, уже достаточно полно осознают понятия «идеал», «идеальная красота» и могут сопоставлять себя с данными «идеалами». Здесь возникает проблема, связанная со степенью влияния идеалов женской красоты на самовосприятие и самооценку учениц старших классов: как и насколько принятые в обществе эталоны красоты оказывают влияние на самовосприятие и самооценку молодых девушек.

Методика. Для разрешения данной проблемы и достижения цели исследования, которая заключается в формировании теории влияния идеалов женской красоты на самовосприятие и самооценку учениц старших классов, были использованы следующие методы. Метод поиска по ключевым словам на сайтах баз данных англоязычных публикаций. После определения круга релевантных публикаций, был проведен анализ содержания с целью выявления основной идеи и значимых для данного исследования идей и теорий. Далее полученная информация интерпретировалась и переводилась автором. Наконец, полученные данные синтезировались с использованием матрицы. Матрица синтеза представляет собой шаблон таблицы, который позволил сортировать и классифицировать различные аргументы, представленные по проблеме [4]. Столбцы по левой стороне содержат ключевые слова и опорные идеи, которые находили отражение в исследуемых работах. Строка сверху содержит наименования анализируемых публикаций. Таким образом, еще одним преимуществом матрицы синтеза является ведение точной библиографии. Исследователь точно знает, откуда была заимствована та или иная цитата, идея или теория, что существенно снижает риск

плагиата. Использование матрицы синтеза существенно структурирует собранный материал и позволяет синтезировать его в логический и связанный обзор литературы по соответствующей теме.

Результаты. Исследования влияния идеала женской красоты на самооценку женщин рассматриваются в современной зарубежной науке с нескольких позиций: через призму влияния СМИ и социального контекста, как побочный эффект стремительно развивающейся индустрии красоты и экономического роста страны, но более всего исследований сосредоточено на количественном анализе восприятия женщин самих себя. Большая часть количественных исследований изучает данную тенденцию среди молодых девушек, чаще всего студенток. Несомненным преимуществом таких работ является то, что они не акцентируются на какой-то определенной нации, но в тоже время проводятся в рамках одного конкретного учебного заведения.

Ряд ученых, среди которых можно выделить Д. Хендерсон-Кинг, И. Хендерсон-Кинг, Л. Хоффманн [5], анализируют источник, влияющий на самооценку и самовосприятие женщин, без отсылки к возрасту или другим особенностям. Расширяющаяся критика современных средств массовой информации указывает на повсеместное распространение идеализированных изображений женской привлекательности, чего трудно, если не невозможно, большинству женщин достичь. Авторы утверждают, что «воздействие таких идеалов наносит психологический урон», более того, «распространенность таких образов и продолжающийся опыт неспособности оправдать нереалистичные ожидания, установленные этими образами, приводят к усилению озабоченности физической привлекательностью среди женщин и снижению уверенности в себе и самооценки» [5, с. 1407]. В частности, растет осознание потенциальных последствий для психического и физического здоровья культурных факторов, заставляющих женщин быть худыми. Другие обнаружили, что знакомство с фотографиями привлекательных других людей может привести к снижению самооценки привлекательности, увеличению количества негативных состояний настроения и снижению удовлетворенности своей физической привлекательностью. Тем не менее, Д. Хендерсон-Кинг, И. Хендерсон-Кинг, Л. Хоффманн утверждают, что не всегда СМИ оказывают негативное влияние на самооценку женщин. В таком случае следует говорить и высокой степени самоконтроля женщины. Авторы проводят следующий пример: «индивидуальные различия в массе тела снижают уязвимость женщин к негативному воздействию изображений в СМИ; полные женщины чувствовали себя хуже по поводу своего тела после просмотра идеальных изображений из популярных журналов ... реакция на эти изображения была функцией самоконтроля; воздействие имело меньше негативных последствий для высокого самоконтроля» [5, с. 1408]. Иными словами, для исследования воздействия идеалов красоты на самооценку женщины необходимо учитывать такую переменную как самоконтроль.

Подобные идеи выдвигает Р.М. Перлофф, который отмечает, что «лишь несколько исследований изучали содержание интернет-сайтов о расстройствах пищевого поведения и влияние Интернета и социальных сетей на неудовлетворенность телом» [6, с. 4]. В действительности же социальные сети и Интернет оказывают комплексное влияние на самооценку женщины через призму идеалов красоты. Учитывая многогранный, многократно определяемый характер нарушения образа тела, нереально ожидать, что воздействие социальных сетей окажет простое и прямое влияние на нарушение физического состояния, а в ряде исследований не удалось найти четких эффектов воздействия средств массовой информации на самовосприятие и самооценку женщин. Простое знакомство с социальными сетями или спровоцированное Facebook* социальное сравнение с худыми привлекательными друзьями не приведет к неудовлетворенности телом у многих девочек-подростков или взрослых женщин. Сами по себе социальные сети вряд ли вызовут расстройства пищевого поведения, в некоторых случаях они могут даже оказать положительное влияние, например, улучшить общение. Тем не менее, Р.М. Перлофф приводит факты в пользу того, что позиционирование СМИ определенных стандартов внешности, в частности худоба, могут оказывать пагубное влияние, имеющее потенциально серьезные психологические последствия, в сочетании с определенными факторами индивидуальных различий, что признают и другие ученые, сомневающиеся во всепроникающем воздействии СМИ [6]. Таким образом, рассуждая об источниках, влияющих на восприятие и самооценку собственной внешности не только состоявшимися женщинами, но и подростками, следует рассматривать не только негативные составляющие, но и брать во внимание положительные аспекты.

Влияние СМИ распространяется по всему обществу и часто некоторые идеалы прочно укореняются в социуме. Как было сказано выше, подростки, особенно школьницы, чутко относятся к мнению большинства в связи с внешним видом в период переоценки собственного «Я». Психолого-педагогическая литература акцентирует важность социального контекста в формировании самооценки подростков. Так же как нормы идеалы женской красоты и стандарты привлекательности передаются через СМИ, они также передаются через прямые и косвенные социальные взаимодействия. Оценочные комментарии и беседы, в которых участвуют школьники, а иногда и являются обычными свидетелями и слушателями, предоставляют источники информации о социальных ожиданиях. В публикации Р.М. Перлофф отмечается, что мало внимания уделяется тому, как эти формы общения влияют на самооценку девушек и, кроме того, как они могут регулировать взаимосвязь между воздействием идеальных образов и самооценки [6]. Иными словами, можно выделить как минимум два источника воздействующих, прямо или косвенно, на формирование самовосприятия и самооценки как женщин, так и девушек-подростков.

Другие исследования, в частности китайских авторов, утверждают, что стремительно развивающаяся глобализация, экономическое развитие и взаимопроникновение одной культуры в другую способствует смещению траектории формирования самооценки и самовосприятия молодых девушек, более подверженных влиянию западной культуры. Дж. Чон в своем исследовании среди молодых девушек Китая приходит к выводу, что «полнота и круглое лицо являлись традиционными характеристиками женской красоты, в то время как современные характеристики включают стройное тело и маленькое лицо... Молодые девушки в современном Китае поддерживаются западных стандартов идеала женской красоты» [7, с.56]. Проведенное Дж. Чон интервью подтвердило факт влияния СМИ и окружения молодого поколения на формирование самооценки. Более того, автор отмечает, что в экономически развивающихся странах, которые становятся площадками для международных переговоров и торговли, ощущается смещение традиционных стандартов красоты в сторону зарубежных. В связи с этим, подростки становятся наиболее уязвимым слоем, т.к. испытывают давление как со стороны сверстников и СМИ, так и старшего поколения, которому присуще традиционные взгляды. Автором делается вывод о том, что представленные в СМИ идеалы женской красоты существенно противоречат традиционным, тем не менее, молодые китайки ассоциируют себя с представленными образами и стремятся им подражать.

Обсуждение. На основе проведенного анализа литературы можно заключить, что исследуемая проблема является актуальной не только в отечественной науке. Исследования доказывают, что представительницы женского пола могут обрабатывать образы СМИ и реагировать на них на бессознательном уровне, причем первичной оценочной реакцией является неудовлетворенность собой. Учитывая тот факт, что по данным ВОЗ 14,4% (мужчин) и 15% (женщин) взрослых в возрасте 15 лет и старше страдают ожирением в мире, то контингент людей подверженных негативному влиянию идеальных образов достаточно высок. С другой стороны, влиянию идеалов красоты на самооценку и самовосприятие подвержены лишь те молодые девушки, которые ставят внешность и социальную оценку превыше других характеристик, сделав различие в оценке внутренних характеристик над внешними характеристиками, и идеалы внутренних характеристик идеальной женской красоты, девушки становятся способны гораздо более объективно воспринимать себя. Чем больше женщины ценят внутренние характеристики, а не физические характеристики, тем более позитивна взаимосвязь между личными идеалами красоты, самооценкой женской красоты и самоуважением у молодых девушек.

Заключение. Таким образом, мы можем сделать следующие выводы. «Идеалы» женской красоты оказывают существенное влияние на формирование самооценки и самовосприятия молодых девушек, особенно в подростковом возрасте. Существует как минимум два канала, через которые данное воздействие осуществляется: СМИ, как печатные, так и другие, а также окружающая среда, особенно сверстники и социум в целом. С другой стороны, следует помнить, что СМИ и общество способны оказывать не только негативное воздействие на формирование самооценки и самовосприятия подростков. Проанализированная литература позволила нам выделить следующие положения в теории о степени значимости «идеалов» красоты для молодого поколения и их воздействия на формирование самооценки:

- статистически влияние «идеалов» женской красоты на формирующуюся психику

молодого поколения может быть крайне негативной и вызывать ряд проблем или необратимых последствий;

- СМИ и социум тесно взаимосвязаны и оказывают непосредственное влияние на формирование «Я» подростков, тем самым оказывая влияние на самооценку и самовосприятие. Тем сильнее подросток подвержен влиянию «идеалов» внешней, физической красоты, тем больше шансов, что они окажут существенное воздействие на формирование самооценки;
- СМИ и социум способны вступать в конфликт по отношению к характеристикам и составляющим «идеалов» красоты. При таком раскладе, молодые девушки находятся под сильным психологическим давлением;
- экономически развивающиеся страны более подвержены смене понятий об «идеальной» красоте;
- самоконтроль и смещение акцента на внутренние характеристики, могут существенно снизить влияние «идеалов» женской красоты на самооценку и самовосприятие молодых девушек.

Следовательно, с психолого-педагогической точки зрения, представляется целесообразным не только исследовать уровень самооценки и самовосприятия школьников в Казахстане, но и разработать ряд рекомендаций или стратегий по формированию адекватного и объективного образа собственного «Я».

*(социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.)

Список литературы:

1 Lynch M.S. An exploration of the relationship between personal ideal(s) of female beauty, self perception(s) of female beauty, and self esteem in women. – Smith College School for Social Work Northampton, Massachusetts, 2007. – 82 p.

2 Польшина М. А. Самооценка как фактор психологической защищенности личности подростков с отклонениями в развитии // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 20. – С. 71-76. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56329.htm>

3 Демиденко Е.В. Особенности самооценки подростков // Вестник СКУ им. М. Козыбаева, Петропавловск, 2015. – URL: <https://articlekz.com/article/34174>

4 Clark K.R., Buckley M.B. Using a Synthesis Matrix to Plan a Literature Review // Radiol Technol., 2017 Jan; # 88(3). – P. 354-357. PMID: 28298590

5 Henderson-King D., Henderson-King E., Hoffmann L. Media Images and Women's Self-Evaluations: Social Context and Importance of Attractiveness as Moderators // PSPB, Vol. 27, # 11, November 2001. – P. 1407-1416. DOI: 10.1177/01461672012711002

6 Perloff R.M. Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research // Feminist Forum Review Article, 2014. DOI 10.1007/s11199-014-0384-6

7 Jung J. Young Women's Perceptions of Traditional and Contemporary Female Beauty Ideals in China // Family and Consumer Sciences Research Journal 47(1). – P. 56-72. DOI:10.1111/fcsr.12273