

(остаются ли они истинными профессионалами). Особенности своей группы и отличия от прочих стираются. В этих условиях, на наш взгляд принадлежность к профессии, профессиональное образование, а иногда и профессиональный опыт уже не могут являться критериями принадлежности к профессии и основой профессиональной идентичности.

Выходом из сложившейся ситуации может служить активное формирование профессиональных объединений и сообществ при поддержке государства, обладающих реальными полномочиями. Профессиональные сообщества должны формировать стандарты профессии и ее этический кодекс, которые должны транслироваться в процессе профессионального обучения, что особо важно для социально значимых профессий. Именно представления о том, какие знания и ценности, особенности поведения и мировосприятия отличают конкретную профессию, становятся основой для развития профессиональной идентичности, дополняясь личностной активностью и стремлением к саморазвитию – обеспечивают становление истинного профессионала. Интеллектуальное, эмоциональное, ценностное и смысловое наполнение любой профессиональной деятельности дает основание для профессиональной идентичности в любой сфере.

Библиографический список

1. Джери Д., Джери Д. Большой толковый социологический словарь. М.: Вече-АСТ, 1999.
2. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. М.: Академия, 2004.
3. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М.: МПСИ, 2007.
4. <http://en.wikipedia.org/wiki/Profession>

К.С. Мохначева

Омск, ОмГУ им. Ф.М. Достоевского

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ ИДЕАЛЬНОМ И РЕАЛЬНОМ ОБРАЗАХ ФИЗИЧЕСКОГО «Я»

Понятие внешней привлекательности является в обществе на данный момент весьма популярным, однако многообразие аспектов данной темы требует подробного научного рассмотрения. Динамичность современной жизни требует от личности не только соответствующих социально-

психологических характеристик, но и характеристик физических, таких, как внешняя привлекательность. Таким образом, тема внешней привлекательности приобретает все большую актуальность в связи с растущим вниманием людей к собственной внешности, обусловленным влиянием требований общества. Данная тема была выбрана нами, поскольку основная ее проблема заключается в следующем: она является практически неизученной именно по социально-психологическому подходу (в то время как клинический рассматривался значительно подробнее).

Поскольку социальные представления, очевидно, связаны с формированием образа идеальной внешности, существенно выявить, как именно проявляется эта связь. Важно понимать, что человек уделяет своей внешности значительное внимание: его волнует то, как он выглядит, насколько его внешний вид соответствует его собственным представлениям о внешней привлекательности, растет значимость установок о том, что привлекательная внешность является залогом успешности в жизни.

Идеальный и реальный образы физического «Я» активно взаимодействуют в повседневной жизни. Важно понимать, что их соотношение влияет на психологическую жизнь человека, и слишком сильное расхождение ведет к нарушению внутриличностного баланса и ощущению дискомфорта.

Кратко обозначим наш теоретический базис. Согласно исследованию представлений как процедуры социального мышления К.А. Абульхановой-Славской, социальные представления это механизм сознания личности [1]. Согласно подходу Ж.-К. Абрика, в структуре социальных представлений выделяется ядро как набор стабильных устойчивых характеристик, и вариативная периферия [3]. Нас в нашей работе интересует, прежде всего, образ физического «Я» – структурный компонент Я-концепции. Физическое «Я» понимается, прежде всего, как установки, связанные с представлением человека о собственном физическом облике. Исходя из вышесказанного, реальный образ физического «Я» это то, как человек оценивает свою внешность на настоящий момент времени, а идеальный образ физического «Я» это те характеристики внешности, к которым он хотел бы соответствовать в идеале.

В массовом сознании представления человека физическом облике, своем либо окружающих, находят отражение в понятии «внешность». В.А. Лабунская определяет внешность как совокупность устойчивых, среднеустойчивых и динамических параметров самовыражения, органи-

зующихся в пространственно-временные структуры и перестраивающихся по ходу развития психофизиологических, психологических, социально-психологических компонентов структуры личности, включенной в определенный социокультурный контекст [2]. Внешняя привлекательность человека с одной стороны – это часть образа физического «Я», а с другой стороны – она тесно взаимосвязана с другими составляющими Я-концепции.

Женщины в большей степени по сравнению с мужчинами переживают дискомфорт, связанный с ощущением несовершенства собственной внешности, вызванного расхождением идеального и реального образа физического «Я». Эта особенность является гендерно обусловленной, и отмечается в исследованиях многих авторов. Данное положение позволяет нам для получения наиболее достоверных результатов исследовать именно женщин.

Объектом нашего исследования являются социальные представления о внешней привлекательности.

Предмет – особенности социальных представлений об идеальном и реальном образах физического «Я».

Цель исследования – изучение особенностей социальных представлений об идеальном и реальном образах физического «Я».

Задачи:

1. Выявить описательные характеристики социальных представлений о внешне привлекательной женщине.
2. Определить ядро и периферию социальных представлений о внешне привлекательной женщине.
3. Определить степень выраженности в массовом сознании описательных характеристик в реальном и идеальном образах физического «Я».
4. Определить значимость различий между реальным и идеальным образами физического «Я» у женщин.
5. Изучить особенности структуры социальных представлений в реальном и идеальном образах физического «Я» у женщин.

Проведенное исследование показало, что:

В ядро социальных представлений о внешне привлекательной женщине включены преимущественно среднеустойчивые (красивая во всех отношениях, ухоженная, обладающая изюминкой, загадкой) и динамические (со вкусом подобранная одежда, энергичная, радостная, элегантная) характеристики внешности.

В представлениях о реальном образе физического «Я» наиболее значимыми являются социально-психологические и устойчивые характеристики внешней привлекательности

В представлениях об идеальном образе физического «Я» наиболее значимыми являются социально-психологические и среднеустойчивые характеристики внешней привлекательности

Существуют значимые различия в выраженности описательных характеристик привлекательной внешности в идеальном и реальном образах физического «Я» у женщин, которые выражены преимущественно в социально-психологических и среднеустойчивых характеристиках.

Ядерные характеристики интегрального образа внешне привлекательной женщины стабильно представлены и в идеальном, и реальном образах физического «Я».

Библиографический список

1. Абульханова К.А. Социальное мышление личности // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 3. Социальные представления и мышление личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 88–103.
2. Лабунская В.А., Наровская Я.Б. Типы преобразования внешнего облика как отражение направленности преобразовательной активности субъекта в социальном общении // Мир психологии. 2006. № 4. С. 96–103.
3. Abric, J-C. (2001) A structural approach to social representations // Representations of the social: bridging theoretical traditions/ Ed. by K. Deaux, G. Philogène. Oxford : Blackwell Publishers. P. 42–47.

А.И. Мустафаева

Екатеринбург, РГППУ

ИЗУЧЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ САМОАКТУАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

Российское общество все более осознает, что предпринимательство является одним из важнейших факторов формирования и развития экономики с рыночным механизмом хозяйствования. Этот факт подтверждает создание Государственного комитета РФ по поддержке и развитию малого