

Ляховець Л.О.

доцент

кафедри загальної, вікової та соціальної психології

Чернігівського національного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка

УЯВЛЕННЯ ЖІНОК РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП ПРО СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ І ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАТУС КРАСИВОЇ ЖІНКИ

У статті розглядається проблема уявлень про красиву жінку в аспекті її соціально-демографічних та психологічних характеристик. Наводиться аналіз результатів дослідження уявлень жінок молодого та зрілого віку про соціально-демографічний та психологічний статус красивої жінки. Виявлені спільні для обох груп опитаних параметри, які змальовують зовнішність, особливості характеру та поведінки красивої жінки.

Ключові слова: уявлення, лукізм, красива жінка, соціально-демографічний статус, психологічний статус, атракція

В статье рассматривается проблема представлений о красивой женщине в аспекте ее социально-демографических и психологических характеристик. Приводится анализ результатов исследования представлений женщин молодого и зрелого возраста о социально-демографическом и психологическом статусе красивой женщины. Выявлены общие для двух групп опрошенных параметры, описывающие внешность, особенности характера и поведения красивой женщины.

Ключевые слова: представления, лукизм, красивая женщина, социально-демографический статус, психологический статус, аттракция

The problem of idea about a beautiful woman in the aspect of her social and demographic and psychological characteristics is considered in the article. Research results analysis of young and mature women's ideas about a beautiful woman's social and demographic and psychological status is given. Common features for both groups of respondents characteristics which describe appearance, character features and a beautiful woman's behavior are revealed.

Key words: idea, face fascism, a beautiful woman, social and demographic status, psychological status, attraction

Актуальність роботи. У сучасному світі феномен «красива жінка» набуває нових смислів, перетворюючись на культурно-інформаційний символ, з власним соціально-демографічним, економічним, соціальним статусом.

Зазначене явище потужно вивчається соціальною психологією зовнішності, предметне подеякої охоплює доволі широке коло проблем:

1) історично обумовлену зміну канонів, цінностей, пріоритетів та ідеалів, пов'язаних з уявленнями про «красиву жінку». Останнім часом спостерігається активне перетворення «невтомної трудівниці, спортсменки, активістки, гарної господині, вірної дружини і дбайливої матері» [3, с. 179] на «особу, що прагне «тотально» відповідати сучасним соціальним викликам, ... створюючи бездоганне тіло й обличчя, – «модних», ідеальних порцій» [6, с. 15];

2) феномени категоризації та дискримінації іншої людини за її зовнішністю, зокрема: ейджизм (дискримінація за віком); «weightism» (дискримінація за вагою тіла); лукізм (переслідування на основі зовнішнього вигляду та його порівняння з нормою у форматі «красиве – потворне»); «highism» (дискримінація за зростом) [6; 7];

3) явище «маскулінної естетики», що змушує жінок відповідати певним еталонам краси, починає розглядатися як засіб придушення жінок, позбавлення їх індивідуальності, навіть дискримінації. Крім того, поняття «краса» у контексті сприймання людини людиною найчастіше використовується у зв'язку з оцінками зовнішності саме «красивої – некрасивої» жінки, чоловіки ж дуже рідко виступають об'єктом аналогічних емпіричних досліджень [7];

4) розмаїття еталонів краси, продиктованих «суспільною думкою», ЗМІ, рекламою, модою, що сприяє масштабній ескаляції візуальних образів «красуні», змушуючи її виступати ініціатором вдосконалення власної зовнішності, посилено «непокоїтись з приводу власного зовнішнього вигляду», хибно вважаючи красу найефективнішим засобом досягнення соціального успіху і психологічного благополуччя [1];

5) зовнішність як фактор регулювання соціального спілкування, візуальної комунікації й стратифікації, оскільки він (фактор) спрямовує соціально-психологічну інтерпретацію особистості іншими людьми, а оцінки інших, в свою чергу, впливають на вибір способів та форм взаємодії [4].

Постановка проблеми. Сучасна соціальна психологія, вивчаючи соціальні уявлення про жінок (політиків, бізнесвумен, вчительок, лікарю), аналізуючи соціальні уявлення про призначення жінок і чоловіків у суспільстві, здебільшого звертає увагу на сам об'єкт уявлень – жінку і, меншою мірою, акцентується на дослідженні жінок як суб'єктів уявлень про жінку [5; 6]. Особливої ваги цей факт набуває у зв'язку з дослідженням уявлень саме жінок про «жіночу красу» чи «красиву жінку».

Наразі можна відзначити зростання кількості досліджень, присвячених ролі фізичної атракції (тобто зовнішньої привабливості/ непривабливості), як факторів, що впливають на поведінку людей у різних сферах життєдіяльності (реклама, працевлаштування, політичні вибори, кар'єрне зростання, сімейний статус тощо), а також факторам, які, в свою чергу, впливають на формування уявлень про красу [1; 4; 6].

Враховуючи зазначене вище, можна вважати проблему створення цілісного образу «красивої жінки» (та вивчення феномену жіночої краси), інтегратором «зовнішньої» та «внутрішньої» форми [Зинченко В.П., 2005].

З соціально-психологічної позиції, об'єднання цих двох компонентів жіночої краси може відбуватися у результаті конструювання соціальних уявлень, які виступають не лише науковим поняттям, а й феноменом повсякденного життя, групового соціального пізнан-

ня [2; 4; 5; 6] і виконують функції полегшення комунікації, регуляції поведінки й виправдання соціальних взаємин.

Зовнішність стає фактором, що регулює соціальне спілкування, оскільки вона спрямовує соціально-психологічну інтерпретацію особистості іншими людьми, а оцінки інших, в свою чергу, визначають вибір доцільних й ефективних способів і форм побудови міжособистісної взаємодії. Зокрема, такі науковці, як В. Лабунська та Я. Наровська зазначають, що зовнішність виступає «пусковим механізмом» інтерпретації особистості й бере участь у створенні соціально бажаного, прийнятного для партнера по взаємодії образу [4].

Створення соціально бажаного образу виступає одним з найважливіших компонентів розвитку самосвідомості молодих жінок; демонструючи власну відмінність від оточуючих, вони створюють і підтримують певну репутацію, привертаючи увагу оточуючих. Адекватна оцінка власної зовнішності, бажання подібатись іншим, виступає одним із засобів набуття ідентичності, пов'язаної з виконанням базових завдань розвитку на етапі ранньої дорослості: вибором шлюбного партнера, створенням сім'ї, народженням і вихованням дітей, початком професійної самореалізації та вибором відповідної соціальної групи.

Не останню роль зовнішність відіграє в особистісній та професійній самореалізації жінок середнього віку. Я. Наровська зазначає: «... чим старшою стає жінка, тим менше вона вдоволена своєю відображеною зовнішністю; тим частіше вона демонструє самозвинувачувальну реакцію на фруструючі висловлювання значущих інших щодо свого зовнішнього вигляду; ... жінки зазначають невідповідність їх зовнішності гендерно-віковим ролям, хвилюються з приводу прояву ознак старіння» [цит. за: 6, с. 10].

Отже, актуальність проблеми уточнення уявлень жінок різного віку про «красиву жінку», наявність практичного запиту, недостатньо детальний рівень розробленості окреслених питань, визначили вибір теми і мети дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення соціально-психологіч-

них та соціально-демографічних особливостей уявлень молодих та зрілих жінок про красиву жінку.

Виклад основного матеріалу. З метою вивчення уявлень молодих та зрілих жінок про особливості соціально-психологічного та соціально-демографічного статусу красивої жінки, нами було використано фрагмент анкети Д.В. Погонцевої «Оцінка відповідності фізичних параметрів зовнішнього вигляду, особистісних особливостей і характеристик соціально-психологічного статусу уявленням про красиву жінку» [3].

Зазначена анкета складається з трьох частин. Частина 1. «Оцінка відповідності фізичних параметрів зовнішнього вигляду уявленням про красиву жінку». Частина 2. «Оцінка відповідності особистісних особливостей уявленням про красиву жінку». Частина 3. «Оцінка відповідності уявлень про красиву жінку її соціальному і психологічному статусу», яка включала питання, що уточнювали соціально-психологічний статус (сімейний стан, рівень освіти, взаємини на роботі тощо).

Зважаючи на ціль нашого дослідження, ми скористалися лише третьою частиною анкети Д. В. Погонцевої «Оцінка відповідності уявлень про красиву жінку її соціальному і психологічному статусу», яка включала 8 питань, націлених на уточнення соціально-психологічного статусу та соціально-демографічних характеристик красивої жінки.

Крім того, ми додали 9-те відкрите питання, в якому просили написати 15 асоціацій до поняття «красива жінка», характеризуючи її зовнішність (5 асоціацій), характер (5 асоціацій), поведінку (5 асоціацій).

Соціально-демографічні характеристики респондентів містили інформацію про їх вік, рівень освіти та сімейне становище.

У дослідженні взяли участь 50 жінок віком від 21 до 48 років, мешканки м. Чернігова (25 опитаних віком від 21 до 30 років – група «молоді жінки»; ще 25 опитаних віком від 31 до 48 років – група «зрілі жінки»).

За параметром освіти вибірка поділилася таким чином: 20 студенток вузів (які отримують першу вищу освіту); 25 фахівців з вищою освітою, представники переважно робітничих

професій; 5 фахівців із середньою спеціальною освітою (колишні студенти технікумів). Отже, 25 осіб – студентки вузу і технікумів та 25 осіб – працюючі фахівці.

Аналіз сімейного стану учасниць дослідження виявив: не перебувають у шлюбі – 59% опитаних, перебувають у шлюбі – 26%, розлучені – 9%, мають постійного партнера, стосунки з яким не оформлені юридично – 9%.

Слід зазначити, що у статті частково використані матеріали курсової роботи студентки 3-го курсу денної форми навчання Ляшко О., виконаної під нашим керівництвом. Дослідження проводилось навесні 2016 р.

Результати дослідження були оброблені методами контент-аналізу та частотного аналізу.

Аналіз отриманих результатів. У процесі вивчення уявлень жінок різних вікових груп про соціально-демографічні та психологічні параметри красивої жінки, респондентам пропонувалося обрати один з варіантів відповідей на перші шість питань, наведених в анкеті, що найбільш повно відбиває зміст їх уявлень про об'єкт дослідження. Відповідаючи на сьоме і восьме питання респонденти мали оцінити, наскільки, наведені нижче характеристики, відповідають поняттю «красива жінка» (1 бал – «не відповідають», 10 балів – «повністю відповідають»). На дев'яте питання відповіді давались методом вільних асоціацій. У ході аналізу отриманих результатів, було виявлено певні відмінності в двох групах опитаних, детальніше наведені у таблиці 1.

Красива жінка в уявленнях *молодих жінок* – це особа віком від 17 до 30 років. Вона має вищу/незакінчену вищу освіту та високий матеріальний достаток. У навчальній групі її люблять не всі. Красива жінка здебільшого неодружена, але обов'язково має друга/нареченого. Перебуваючи в тривалих стосунках, вони з коханою людиною не припускаються зрад, зберігаючи вірність один одному. Стосовно дітей думки респондентів розійшлися: від твердження про те, що дітей в неї може не бути до твердження про те, що вона може бути матір'ю одного-двох малюків. Зазначене благополуччя викликає заздрощі з боку оточуючих, що, можливо, стимулює красиву жінку

Таблиця 1
Особливості соціально-демографічних та психологічних характеристик красивої жінки

Тип характеристики та її зміст	Кількість виборів (у %)	
	Молоді (N=25)	Зрілі жінки (N=25)
Соціально-демографічні характеристики		
1. Вік красивої жінки		
А) не має значення	60%	80%
Б) 17–21 рік	16%	0%
В) 22–30 років	16%	12%
Г) 30–50 років	8%	8%
2. Рівень освіти красивої жінки		
А) вища освіта	72%	80%
Б) незакінчена вища	16%	12%
В) середня спеціальна	4%	4%
Г) загальна середня	4%	4%
3. Сімейний стан красивої жінки		
А) не має значення	68%	64%
Б) заміжня	8%	32%
В) є друг/наречений	16%	4%
Г) самотня	8%	0%
4. Матеріальний стан красивої жінки		
А) високий	36%	40%
Б) середній	8%	20%
В) низький	4%	4%
Г) не могу відповісти	52%	36%
5. Наявність дітей у красивої жінки		
А) не має значення	88%	68%
Б) одна дитина	4%	8%
В) двоє і більше	4%	16%
Г) жодної дитини	4%	8%
6.1. Чи зраджує красива жінка чоловіку		
А) зрідка зраджує	12%	13%
Б) не зраджує	40%	32%
В) часто зраджує	0%	4%
Г) краса жінки не пов'язана зі зрадами	48%	52%
6.2. Чи зраджує красивій жінці її чоловік		
А) зрідка зраджує	8%	20%
Б) не зраджує	52%	32%
В) часто зраджує	0%	4%
Г) краса жінки не пов'язана зі зрадами	52%	44%
7. Соціально-психологічні характеристики красивої жінки		
7.1. Красиві жінки більш щасливі	6%	6%

7.2. Красиві жінки більш переймаються власною зовнішністю	12%	6%
7.3. У красивих жінок більше друзів	6%	12%
7.4. У красивих жінок більше ворогів	6%	6%
7.5. Красивій жінці заздять частіше	70%	70%
8. Ставлення колег та одногрупників до красивої жінки		
8.1. Красива жінка користується авторитетом	8%	0%
8.2. Дехто з колег любить її – дехто ні	80%	88%
8.3. Красива жінка перебуває в рівних стосунках з усіма	4%	12%
8.4. Красиву жінку відкрито не люблять колеги	8%	0%

й надалі перейматися проблемами власної зовнішності та вдачі.

Красива жінка у уявленнях *зрілих* жінок – це особа віком від 22 до 50 років. Вона має вищу/незакінчену вищу освіту та середній/високий матеріальний достаток. Ставлення до неї колег по роботі неоднозначне, вона подобається не всім. Однак красива жінка намагається зберігати рівні стосунки з усіма членами колективу. Щодо сімейного стану, то вона обов'язково заміжня, причому, як з її боку, так і з боку коханої людини, зрад частіше за все немає; але нечасті «обережні» зради з боку чоловіка, як варіант збереження «гармонійного» сімейного співжиття, нею допускаються. У красивої жінки обов'язково є двоє (чи й більше) дітей. Незважаючи на заздрощі оточуючих, вона здатна (і дуже прагне) знайти й утримати справжніх вірних друзів.

Отже, проаналізувавши відповіді жінок двох вікових груп, ми дійшли висновку, що при оцінці соціально-психологічного статусу молодими жінками і жінками середнього віку, переважна більшість відповідей збігається, проте є й певні (незначні) відмінності.

Так, у жінок зрілого віку менш критично виражається ставлення до віку красивої жінки; вони не вимагають від красивої жінки високого матеріального достатку, вважаючи, що краще мати середній, але стабільний, його рівень;

обов'язковою є наявність чоловіка (законного шлюбу) і дітей; зрілі жінки більш впевнені в жіночій вірності, ніж в чоловічій. Щодо трудових успіхів, то з віком коригуються ілюзії про статус та кар'єрні можливості красивої жінки, ніхто із зрілих жінок не вважає, що красива жінка може бути авторитетним фахівцем. Можливо з віком, респонденти розуміють, що рівні стосунки з усіма колегами дозволяють уникнути відкрито ворожих взаємин.

Описану різницю, на нашу думку, можна пояснити відмінністю життєвих завдань, які виконуються людиною на різних етапах її зрілості. Отже, уявлення про соціально-психологічний статус гарної жінки відображають ті суперечливі тенденції, які склалися в нашому суспільстві у ставленні до неї.

З метою поглиблення та порівняння уявлень молодих та зрілих жінок про красиву жінку, ми попросили їх написати асоціації, до 3-х категорій, що характеризують образ красивої жінки: зовнішність, характер, поведінка (по 5 асоціацій до кожної категорії) – дев'яте питання. Отриманні характеристики були розділені на три групи: ті, які входять в уявлення тільки молоді, ті, які входять в уявлення зрілих жінок та спільні для обох вікових груп.

Відмінне полягає в тому, що молоді жінки в описі красивої жінки, на перше місце висувають параметри зовнішності (струнка, висока; темне, довге, густе волосся); на друге – особистісні характеристики (доброзичлива, незалежна, справедлива, вперта). Зрілі жінки акцентують увагу переважно на особистісних характеристиках красивої жінки (ввічлива, горда, доброзичлива, відкрита до взаємодії, скромна).

Спільним в описах красивої жінки опитуваними обох вікових груп є переконання в тому, що в плані зовнішності вона має бути чистою, охайною, здоровою, стильною; в плані характеру – харизматичною, цілеспрямованою, наполегливою; в плані поведінки – загадковою, тактовною та стриманою.

Висновки.

1. Поняття зовнішньої привабливості включає співвіднесеність зовнішності людини з еталонами краси, прийнятими в певному соціальному та культурному оточенні. Гли-

бинна мета сучасного ідеалу краси – максимально відокремити людину від її самовідчуття, переорієнтувавши увагу на те, як вона сприймається іншими.

2. І молоді, і зрілі жінки вважають, що соціально-демографічний статус красивої жінки включає: вік до 30 років; вищу/не закінчену вищу освіту; високий матеріальний статус; незрадливості чоловікові; а от наявність дітей та сімейне становище не пов'язані з красою жінки, тому можуть варіюватися.

Відмінність у соціально-демографічних характеристиках красивої жінки полягає в тому, що: молоді жінки обов'язковими атрибутами краси вважають наявність нареченого/ постійного друга та високого рівня матеріального статку.

Зрілі жінки уявляють красиву жінку обов'язково заміжною (головне, щоб вона не була самотньою); матір'ю двох/і більше дітей; рівень матеріальних статків може бути й середнім; припускаються нечасті зради чоловіка.

3. І молоді, і зрілі жінки, описуючи соціально-психологічний статус красивої жінки, зазначають: красива жінка щасливіша від інших; більш відкрита й товариська; водночас у неї більше ворогів і заздрісників; стосунки з колегами та одногрупниками залежать від конкретної ситуації взаємодії.

Відмінність у соціально-психологічних характеристиках красивої жінки така: на думку молодих жінок, вона більше переймається власною зовнішністю; має високий авторитет у навчальній групі; але її там відкрито недолюблюють.

Зрілі жінки акцентують увагу на тому, що у красивої жінки більше друзів, колег, з якими вона підтримує рівні стосунки.

4. У молодих жінок до характеристики образу красивої жінки, в першу чергу, входять фізичні параметри зовнішності (висока, струнка, темне, довге волосся). Зрілі жінки акцентують увагу на особистісних характеристиках красивої жінки (ерудована, досвідчена, мудра).

Перспективами дослідження, на наш погляд, виступає вивчення вікових, статевих, гендерних, етнічних особливостей уявлень про красиву жінку.