

Орлова Любовь Викторовна

магистрант

Набережночелнинский филиал ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирясова (ИЭУП)»
г. Набережные Челны, Республика Татарстан

АСПЕКТЫ ТРАНСФОРМАЦИИ Я-КОНЦЕПЦИИ ПРИ СМЕНЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА

Аннотация: в статье рассматривается проблема взаимовлияния внешнего визуального образа человека и структурных компонентов его Я-концепции. На основе анализа теоретических подходов в социальной психологии и психологии личности доказывается, что целенаправленное изменение внешности (стиля одежды, прически, макияжа, татуировок, модификаций тела) выступает не только как социально-коммуникативный акт, но и как мощный инструмент реконструкции идентичности. Эмпирической основой работы выступают данные качественного исследования (нarrативные интервью), позволившие выявить ключевые аспекты трансформации Я-концепции: пересмотр «Я-физического», коррекция «Я-социального» и динамика «Я-рефлексивного». Делается вывод о том, что смена визуального образа может являться осознанной практикой самостроительства, опосредующей переход от актуального «Я» к желаемому.

Ключевые слова: Я-концепция, визуальный образ, идентичность, самоотношение, телесность, социальное восприятие, самопрезентация, трансформация личности.

Введение

В условиях современного общества, характеризующегося высокой динамикой и визуальной насыщенностью коммуникативного пространства, внешний облик индивида приобретает особый смысл, выходящий за рамки утилитарной функции. Он становится текстом, с помощью которого личность заявляет о себе, своих ценностях, групповой принадлежности и внутренних изменениях. Проблема взаимосвязи между визуально-телесным воплощением человека и его

внутренним миром является междисциплинарной, находясь в фокусе внимания психологии, социологии, культурологии и антропологии.

Целью данной статьи является теоретико-эмпирический анализ аспектов трансформации Я-концепции, инициируемой и сопровождающей преднамеренную смену визуального образа. Я-концепция понимается нами как относительно устойчивая, осознаваемая и переживаемая система представлений индивида о самом себе, включающая когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты [1]. Визуальный образ трактуется в работе как целостная, социально воспринимаемая совокупность внешних характеристик индивида (одежда, прическа, макияж, аксессуары, телесные модификации), сознательно или полусознательно формируемая для самопрезентации.

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом личности к возможностям конструирования и трансформации идентичности через доступные практики «работы над собой», среди которых изменение внешности является одной из наиболее непосредственных и материально воплощаемых.

Теоретические основания исследования взаимосвязи Я-концепции и визуального образа

Классические и современные психологические теории предоставляют robustную базу для понимания изучаемого феномена. В символическом интеракционизме (Дж.Г. Мид, Ч. Кули) подчеркивается, что представление о себе формируется через интерпретацию реакций других, а внешность выступает ключевым символом, регулирующим это взаимодействие [4]. Концепция «зеркального Я» Ч. Кули напрямую увязывает самоощущение с предполагаемой оценкой нашей внешности другими.

В русле драматургического подхода И. Гофмана жизнь рассматривается как перформанс, где индивид, используя различные «знаковые системы» (костюм, прическа), создает тот или иной «образ» для своей аудитории, стремясь управлять впечатлением о себе [2]. Смена образа, таким образом, есть смена роли или попытка изменить сценарий взаимодействия.

Теории телесности (В.А. Подорога, М. Мерло-Понти) акцентируют, что тело – это не объект, а условие и форма существования «Я», проживаемый опыт. Изменение тела (включая его декоративное оформление) есть способ изменения способа бытия-в-мире и перестройки субъективного опыта [5].

Наконец, современные подходы в психологии личности (в частности, нарративный) рассматривают идентичность как историю, которую индивид рассказывает себе и другим. Визуальный образ становится зрителем метафорой, иллюстрацией или даже двигателем сюжетного поворота в этой истории, маркируя конец одной «главы» личности и начало другой [3].

Эмпирическое исследование аспектов трансформации

Для выявления конкретных аспектов трансформации Я-концепции было проведено качественное исследование. Метод сбора данных – полуструктурированное нарративное интервью ($N=12$, женщины и мужчины 22–35 лет, осуществлявшие значимую, по их оценке, смену визуального образа в последние 1–3 года). Метод анализа данных – тематический анализ.

В результате обработки транскриптов интервью были выделены три ключевых аспекта трансформации Я-концепции:

1. Аспект пересмотра «Я-физического». Изменение образа ведет к сдвигу в восприятии и оценке собственного тела. Респонденты отмечали переход от неприятия или безразличия к телу к принятию, заботе о нем или, наоборот, к использованию его как «материала» для художественного выражения («Я наконец увидела свое лицо и полюбила его с новой стрижкой», «Татуировки для меня – это оживление кожи, превращение ее в личную галерею»). Физическое «Я» перестает быть данностью, становится проектом.

2. Аспект коррекции «Я-социального». Новая внешность изменяет характер социального взаимодействия и восприятия индивида другими. Это, в свою очередь, рефлексивно перестраивает его представления о своей социальной идентичности, статусе и принадлежности («В костюмах меня стали воспринимать как

эксперта, и я сам почувствовал себя увереннее на переговорах», «После окрашивания волос в яркий цвет я сразу стала «своей» в новой творческой тусовке»). Границы «мы-группы» переопределяются через визуальные маркеры.

3. Аспект динамики «Я-рефлексивного». Процесс выбора и реализации нового образа выступает как интенсивная внутренняя работа, приводящая к большему самопознанию, согласованию внешнего вида с внутренними ценностями и состояниями («Подбирая новый стиль, я заново отвечал на вопрос «кто я?»», «Этот пирсинг был для меня ритуалом, отметкой о пережитом кризисе и выходе из него»). Повышается степень осознанности и агентности – человек начинает видеть себя не пассивным носителем образа, а его активным творцом.

Заключение

Проведенный анализ позволяет утверждать, что смена визуального образа представляет собой значимый психологический акт, затрагивающий глубинные структуры Я-концепции. Она действует в двух направлениях: как вовне (модифицируя социальные связи и обратную связь от других), так и внутрь (трансформируя самоотношение, телесный опыт и рефлексивное понимание себя). Выделенные аспекты – пересмотр «Я-физического», коррекция «Я-социального» и динамика «Я-рефлексивного» – демонстрируют комплексный характер этой трансформации.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных в рамках психологического консультирования по вопросам идентичности, при работе с кризисами самооценки, а также в сферах, связанных с имиджем и персональным брендингом. Понимание того, что работа с внешним образом является не поверхностной, а глубоко личностной работой, открывает новые пути для гармонизации Я-концепции в современном, быстро меняющемся мире.

Список литературы

1. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. – М.: Прогресс, 1986.

2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.
3. МакАдамс Д.П. Психология жизненных историй / Д.П. МакАдамс. // Методология и история психологии. – 2008. – Т. 3. – Вып. 4. – С. 135–166. EDN OKLEKC
4. Мид Дж.Г. Избранное: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и переводчик В.Г. Николаев. – М., 2009.
5. Подорога В.А. Феноменология тела. Введение в философскую антропологию / В.А. Подорога. – М.: Ad Marginem, 1995. EDN SZFABP