

## ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «Я-КОНЦЕПЦИИ»

С.М.МЕДЖИДОВА

*В данной статье приводятся результаты исследования «Я-концепции» с помощью теста 20-ти утверждений «Кто Я такой», разработанного М.Куном и Т.Макпартландом. Исследованием охвачено 245 человек. Результаты исследования анализировались с помощью контент-анализа. Было выделено 45 категорий анализа. Превалирующими компонентами структуры «Я-образа» оказались: семейный, профессиональный, образовательный статусы, моральные и эмоциональные качества. Пол, возраст, национальность, религиозная принадлежность, гражданство, этническая и региональная принадлежности в «Я-образе» представлены в очень незначительной степени. Моральные и эмоциональные качества в 2-3 раза превосходят интеллектуальные, социально-психологические, волевые и деловые качества. «Я-образ» большинства опрошенных оказался достаточно позитивным. В нем динамическая сторона проявляется меньше, чем статичная. «Я-образы» характеризуются некоторой деиндивидуализированностью, узостью, по причине неравномерного охвата многих сфер жизнедеятельности человека. Оценка себя «глазами» других намного преобладает над самооценкой. «Я-образы» не отличаются критичностью.*

Анализ «Я-образа» позволяет выделить в нем два аспекта: знания о себе и самоотношение. В ходе жизни человек познает себя и накапливает о себе знания, эти знания составляют содержательную часть его представлений о себе – его «Я-концепции». Однако знания о себе самом, естественно, ему небезразличны: то, что в них раскрывается, оказывается объектом его эмоций, оценок, становится предметом его самоотношения. Не все в этой системе ясно осознается человеком; некоторые аспекты «Я-образа» оказываются ускользающими от сознания, неосознанными. Итак, мы имеем достаточно сложные образования с точки зрения его исследования. Поэтому перед психодиагностикой самосознания возникает ряд методологических проблем: как отделить оценку от знания субъекта о себе или как избежать феномена социальной желательности, который возникает всякий раз при использовании самоотчетов в тех сферах, в которых существуют законы должного, правильного образа действий, мыслей и т.д. Особенно острой эта проблема оказывается в ситуации исследования «Я-концепции». Однако, проблема состоит в том, нужно ли стремиться к «вычитанию» социальной желательности из самоописаний. «Стремление видеть и культивировать в себе социально ценные качества –

одно из реальных стремлений человека, которое отражается в его «Я-концепции». Поэтому, если «Я-концепция» определяется феноменологически, как образ самого себя, в который человек верит, то высокую социальную желательность черт, приписываемых его «Я», следует считать не артефактом, а истинной характеристикой «Я-концепции» (6 с.246).

Следующая сложность при анализе «Я-концепции» заключается в том, что одни и те же по своему содержанию знания о себе у разных людей могут обладать различной субъективной значимостью. Из этого следует, что использование в индивидуальной психодиагностике универсальных содержательных измерений (параметров) «Я-концепции» может приводить к ошибочным заключениям (1).

Для исследования «Я-концепции» нами использовался тест двадцати утверждений самоотношения Twenty Statements Attitude Test (6) – личностный опросник, вариант нестандартизированного самоотчета, сближающийся с проективными методиками исследования личности. Он предназначен для исследования самоотношения, предложенный М.Куном и Т.Мак-партландом в 1954 г. Тест основан на использовании нестандартизированного самоописания с последующим контент-анализом. Испытуемый должен в течение 12 минут дать двадцать различных ответов на вопрос, обращенный к самому себе: «Кто я такой?» В инструкции указывается, что ответы следует давать в том порядке, в котором они спонтанно возникают. Обычно считается, что порядок названия категорий соответствует выраженности и значимости соответствующих признаков, однако это не является доказанным. Возможно влияние стереотипов, защитных механизмов и т.д.

Диагностическое использование данного теста затрудняется отсутствием социокультурных нормативных показателей, данных о валидности и надежности. Теоретической основой создания данного теста является разработанное М.Куном понимание личности, операциональную сущность которой можно определить через ответы на вопрос: «Кто я такой?», обращенный к самому себе.

Не решены также теоретические и методические проблемы кодирования ответов. В зарубежных исследованиях были выделены следующие категории контент-анализа: социальные группы (пол, возраст, национальность, религия, профессия), мировоззренческие позиции (философские, религиозные, политико-идеологические и моральные высказывания), интересы и увлечения, стремление и цели, самооценка. Общая тенденция в ответах состоит в том, что «присоединяющие» утверждения, в которых фиксируется принадлежность испытуемого к той или иной категории людей, выносятся раньше, чем «дифференцирующие». Среди наиболее частых категорий, выявленных на больших выборках в зарубежных исследованиях, - профессиональная идентичность, семейная роль и статус, религиозная идентичность, пол и возраст.

Данный тест не является широко используемым. Поэтому не было

возможности сопоставить результаты нашего исследования с аналогичными результатами исследования на постсоветском пространстве (2).

В нашем исследовании мы применяли сокращенный вариант данного теста, т.е. вместо 20-ти вариантов ответов опрашиваемые должны были ответить 10 раз. Сокращение вариантов ответов было связано с тем, что пилотажное исследование, проведенное на выборке из 30-ти человек, выявило, что большинство опрашиваемых с большим трудом находят 10-ть вариантов ответов. Среднее количество ответов равно восьми. В опросе приняли участие 245 человек, большинство из них - студенты Бакинского государственного университета и педагоги средних школ (64,1%). Женская часть выборки превалирует над мужской (74% и 26% соответственно). Возрастной диапазон опрошенных колебался от 13 до 70 лет. Но, большинство опрошенных – это люди молодого возраста, до 35 лет (73,5%). По национальности – в основном азербайджанцы (86,1%). Уровень образования опрошенных: с неполным средним образованием – 18,4% (школьники); со средним – 1,2%; с неполным высшим – 44,5%; с высшим – 33,5%; с ученой степенью – 2,4%.

Результаты теста обрабатывались при помощи контент-анализа. Были некоторые сложности при выделении категорий анализа. Категории определялись как на основе частоты высказываний, так и на основе теоретических представлений автора о структуре личности, которая подробно представлена в монографии автора «Психологические типы. Типология 69» (5). С нашей точки зрения, структура личности состоит из четырехмерного пространства: физического (степень освоения и осознания физического мира: природный и предметный мир), социального (степени освоения и осознания социального мира), духовного (степень освоения и осознания идеального мира: исторического, религиозного, культурного, философского, психологического, морального) и «Я-пространства» (степень освоения и осознания себя). В данном пространстве находят свое отражение все предыдущие пространства личности.

При первоначальном анализе было выделено 28 категорий анализа. В окончательном варианте категорий анализа оказалось 45. Это еще раз подчеркивает сложность процедуры анализа, связанную с обобщением материала и определением категорий. Все высказывания были разделены на две группы. В первую группу вошли ответы, которые были охвачены выделенными нами категориями контент-анализа. Эти ответы составили большинство. Следует отметить, что количество сгруппированных таким образом ответов с каждой «Я-позицией» уменьшалось. На первой позиции их было 92%, на последней, десятой позиции – 64,6%. Это свидетельствует о том, что опрашиваемые имели тенденцию в своих ответах идти от общего к частному. Общие ответы лучше поддавались группировке, чем частные. Ко второй группе были отнесены несгруппированные высказывания, которые встречались в единичных

случаях. Их количество равняется 92 (4,6% от общего числа всех высказываний).

Первоначальному обобщению подвергались наиболее часто встречаемые понятия и достаточно определенные такие, как пол, возраст, национальность, профессиональный статус, образовательный статус, религиозная принадлежность, некоторые черты характера: эмоциональность, интеллектуальность, моральность, сила воли, эмпатийность, педантичность; неформальный статус личности. При дальнейшем анализе больше выделялись психологические категории, в которых проявляются индивидуальность личности и система отношений.

Выделенные категории имеют разную степень обобщения. Есть категории с большей и с меньшей степенью обобщения. По частоте встречаемости данные категории существенно между собой разнятся. В особенности эти различия выражены между первой и последней (170% и 3% соответственно). Семейный статус и отношение к нему намного превалировали над остальными категориями анализа.

Все представленные «Я-позиции» можно было разделить на два класса: позиция-статус и позиция-отношение. Их можно также обозначить как форму и её проявление, или как статику и динамику. При первоначальном анализе позиция-статус и позиция-отношение анализировались отдельно, как, например, семья и отношение к ней, профессия и отношение к ней и т.д. Учитывая недостаточную выраженность системы отношений, последние были объединены со статусами.

В основном представленные «Я-позиции» отличались однозначностью, т.е. каждый ответ отражал какой-то один аспект «Я-образа». Например, Я женщина, педагог, мать. Но были ответы, которые охватывали несколько разнообразных сторон «Я-образа», например: «я – хорошая мать для своих детей, любящая жена, привлекательная женщина» и т.п.. Такие ответы анализировались по нескольким категориям. Встречались и повторы в ответах.

Итак, суммарное количество ответов - 2012. Количество возможных вариантов ответов - 2450. Эта сумма складывается из количества опрошенных и возможных 10-ти вариантов ответов ( $245 \cdot 10 = 2450$ ). Разница между реальным количеством высказываний и возможным – 438, т.е. реальных высказываний на 18% меньше, чем ожидаемых. Все выделенные 45 категорий анализа были ранжированы исходя из частоты их встречаемости. Ранговых мест оказалось 32, т.к. некоторые категории имели одинаковый ранг.

Среди выделенных 45-ти категорий анализа наиболее часто встречающимися категориями являются: семейный статус и отношение к нему, моральные качества, профессиональный статус и отношение к нему, эмоциональные качества, образовательный статус и отношение к нему, биологический (человек) и социальный (личность) статусы. Суммарный вес шести этих категорий составляет 47% от числа всех высказываний.

В категорию «семейный статус и отношение к нему» (278 высказываний или 113,5% от числа опрошенных) входят понятия, номинально определяющие статус личности в семье, а также понятия, отражающие отношение к данному статусу: хорошая мать, верная жена и т.д. Следует отметить, что роль матери чаще упоминается, чем роль отца. В единичных случаях мужчины в качестве одной из «Я-позиций» упоминали о статусе главы семейства. И это несмотря на то, что количество женатых и замужних среди мужчин и женщин одинаково (29%). Эта категория намного превосходит ближайшие к ней категории. Отношение к этому статусу в подавляющем большинстве случаев позитивное. Негативное отношение является исключением. Встречались в основном такие эпитеты, как хороший, заботливый, уважающий своих родителей и т.п. Наибольшую частоту данная категория имеет на первых четырех позициях, что свидетельствует о значимости данной категории при определении «Я-позиции». Данная категория представлена в позициях по убывающей.

На основе этих данных можно сказать, что стержнем «Я-образа» является семейный статус, что может свидетельствовать о значимости семейной сферы в жизни человека. Почти каждый из опрошенных указал на семейный статус, а некоторые указали две или три семейных позиций (13,5%).

На втором месте оказалась категория «моральные качества» (188/76,7%). Эта категория включала только позитивные качества (ответственный, принципиальный и т.п.). К данной категории были отнесены и моральные принципы, доброе отношение к другим, эмпатийные качества. Аморальные качества встречались в единичных случаях. Они были представлены отдельно в категории «социально неодобряемых качеств» (22/9%). Данные результаты свидетельствуют о значимости и ценности для подавляющего большинства опрошиваемых моральных качеств; по крайней мере, они стремятся продемонстрировать их и хотят выглядеть с этой точки зрения социально нормативными.

На третьем месте по частоте встречаемости оказалась категория «профессиональный статус и отношение к нему» (145/59,2%). Данная категория включала понятия, связанные с профессией, реальной или будущей, местом работы и отношением к ней. Проявленное отношение в основном позитивное.

На четвертом месте оказалась категория «эмоциональные качества» (120/49%). Эмоции не были дифференцированы на позитивные и негативные. Но при подсчете частотности можно было заметить, что негативные эмоции несколько преобладали над позитивными. Признаться в том, что я вспыльчивый, раздражительный, неуравновешенный и т.д. намного легче, чем в социально неодобряемых качествах.

На пятом месте – категория «образовательный статус и отношение к нему» (110/45%). Отношение к учебному статусу проявили в основном дети школьного возраста. Правда, таких высказываний было всего 6

(2,45%). Если сравнить данную категорию с категорией «профессия и отношение к нему», то можно заметить, что отношение к профессии более выражено, чем отношение к образовательному статусу. Студенты вообще не проявили своего отношения к образовательному статусу. Они выразили свое отношение к будущей профессии. Отсутствие отношения может быть свидетельством незначимости данного статуса. Он оказался значимым только по форме. Распределение данной категории по позициям далеко не равномерное: частота встречаемости с каждой позицией имеет тенденцию к убыванию. Наибольший вес данная категория имеет на первых трех позициях (27,5%).

На шестом месте – категория «человек, индивид» (101/41,22%). Эти понятия объединены в одну категорию, т.к., во-первых, они близки по сути, во-вторых, понятие индивид встречается в единичных случаях. Эта категория далеко неравномерно распределена среди 10-ти «Я-позиций». Наибольший вес она имеет на первой позиции (21%). Итак, 21% опрошенных на вопрос «Кто Я такой», в первую очередь, ответили – человек. Это достаточно обобщенный уровень дифференциации себя. Отношение к этому статусу проявляется только с точки зрения социальных и моральных норм (хороший, плохой, добрый и т.д.). Количество философских высказываний, связанных с этим понятием, встречается в единичных случаях.

На седьмом ранговом месте оказались две категории: «интеллектуальные качества» и «неформальный статус личности и отношение к нему» (по 73/30% каждая).

Категория «интеллектуальные качества» состоит только из положительных качеств таких, как умный, образованный, с широким кругозором и т.п. Негативные интеллектуальные качества не были указаны. Среди категорий, относящихся к личностным качествам, интеллектуальные качества после моральных и эмоциональных занимают третье место.

На 7-м месте оказалась также категория «неформальный статус личности и отношением к нему», т.е. позиция друга. Данный статус личности был рассмотрен отдельно от остальных социальных статусов личности, т.к. по сравнению с другими, частота встречаемости его была достаточно высокой. Отношение к данному статусу также часто проявлялось. Оно было только позитивным. Были использованы в основном такие эпитеты, как хороший, верный, ответственный.

На 8-м месте оказались две категории: «мифическое Я» или «ассоциации» (71 /29%) и «социально-психологические качества» (71/29%).

Категория «мифическое Я» или «ассоциации» включала ответы ассоциативного характера, такие как шторм, море, плохая погода и т.п., и данные по гороскопу. Наибольшее количество ассоциаций приходится на последние позиции, что может быть свидетельством того, что индивидуальное, личное, уступает общему. Все ассоциации были

разделены на несколько групп: ассоциации, связанные с образом людей или какими то их функциональными особенностями - 20% , ассоциации, связанные с животными - 2,9% (в основном были названы домашние животные, нехищные, с недвусмысленным символическим значением), и ассоциации, связанные с природой и окружающим миром - 3,7%, которые имели отношение к эмоциональной сфере человека. В них проявлялось положительное отношение к себе, даже некоторый нарциссизм. В основном все ассоциации носили позитивный характер. К данной категории были также отнесены данные по гороскопу 2,45%. Как ни странно, повальное увлечение гороскопом не нашло своего отражения в «Я-образе».

Предполагалось, что «Я-образы», представленные в виде различных ассоциаций, характерны для лиц с выраженной индивидуальностью. В ассоциативном, мифическом «Я» может больше проявляться индивидуальность, чем в социальных ролях и статусах. Оказалось, что ассоциативных высказываний не так уж и много (3,5% от общего числа всех высказываний). Они однотипны и в основном характеризуют эмоциональную сферу человека; в них также проявляется самолюбование.

Категория «социально-психологические качества» (71/29%) охватывает качества, которые проявляются при общении с другими. К данной категории отнесены качества, которые способствуют общению, и качества, которые затрудняют его. Первых больше, чем вторых. Часто встречаемые понятия в этой категории – общительный, контактный. Качества, которые затрудняют общение, встречаются в основном на последних позициях. Их вес составил 8,6%.

На девятом месте оказалась категория «пол и отношения к нему» (66/27%).

По данной категории выявились некоторые различия между мужчинами и женщинами: последние чаще указывали свой пол, чем мужчины (26,5% и 22% соответственно). Наибольший вес данная категория имеет на первых двух позициях, что свидетельствует о значимости пола для тех, кто указал на него. Отношение к своему полу проявили единицы (всего 6,14%). Отношения в основном позитивные, за исключением единичных случаев. Сексуальность отмечена только четырьмя опрошенными.

Полученные результаты по данной категории были для нас несколько неожиданными. Мы предполагали большую выраженность в «Я-образе» у мужчин половой принадлежности, т.к. исходя из норм нашего общества, принадлежность к мужскому полу, имеет изначально большую ценность, чем принадлежность к женскому полу. Причины недостаточной выраженности половой идентичности у мужчин можно объяснить особенностями выборки, т.к. в опросе принимали участие в основном студенты, школьники и люди, имеющие высшее гуманитарное образование – педагоги. Для них, возможно, половая идентичность

является не столь значимой характеристикой. Возможно, если бы мы опрашивали мужчин, занимающихся конкретной практической работой или мужчин, которые являются основными кормильцами семьи (бизнесмены, политики, чиновники), мы бы имели большую выраженность полового статуса.

Слабая выраженность половой идентичности у женщин, возможно, связана с особенностями азербайджанского менталитета. Во-первых, быть женщиной в нашем обществе не столь престижно, чем быть мужчиной. Роль матери в нем ценится выше, чем роль женщины. Во-вторых, не принято подчеркивать свою половую принадлежность. В нашем обществе это даже несколько предосудительно.

На 10-м ранговом месте оказалась категория «ценностные ориентации» (50/20,41%). Понятие «ценностные ориентации» – достаточно широкое понятие, и, возможно, многие ответы личности можно было бы отнести к данной категории (семья, профессия, образование, дружба и т.д.). В эту категорию были объединены высказывания, связанные с проявлением любви к чему-то (39/15,9%): к музыке, искусству, природе, тишине и т.п.; высказывания, связанные с любовью к определенным видам деятельности или поведения (8/3,26%): «советоваться с близкими», «отдыхать», «спать», «гулять», «дружить»; высказывания, связанные с проявлением желания быть каким-то: «терпеливым», «счастливым», «заслуживающим уважения других» (3/1,22%). Если говорить о ценностях личности, то они в полном объеме высвечены во всех ответах. Поэтому можно сказать, что иерархия выделенных категорий контент-анализа полностью отражает ранжированные по степени значимости ценностные ориентации личности.

На 11-м месте – категория «имя собственное» (38/15,5%). В большинстве случаев эта категория встречается на первой позиции (12%). Достаточно естественно, что при ответе на вопрос теста «кто я такой?» – человек назовет свое имя. Мы допускаем, что имя представляет обобщенный образ личности. При ответе на вопрос теста свое имя чаще называли люди молодого возраста, чем взрослые. Некоторые указывали и фамилию, и свою принадлежность семье, что еще раз подчеркивало значимость семьи для личности. Некоторые определяли себя, скорее всего, чисто номинально. Вопрос теста, скорее всего, был трансформирован в вопрос, задаваемый им со стороны – «кто ты такой?». Такие ответы свидетельствуют в пользу доминирования формальной стороны «Я-образа».

На 12 месте оказалась категория – «статус в группе, в социуме» (36/14,7%). Данная категория включала в себя ответы, в которых указывался какой-либо статус в формальной или неформальной группе. Были названы такие статусы, как «сосед», «партнер», «коллега», «сотрудник», «руководитель» и т.д. Наибольший вес имеет статус «сосед», остальные статусы встречаются в единичных случаях.

Следует отметить, что некоторые из этих статусов были

актуализированы в зависимости от ситуации предшествовавшей опросу или самого опроса. Так, позиция «избиратель» в «Я-образе» появилась в период президентских выборов. Позиция «сосед» появилась при тестировании со стороны соседа. На основе этих данных можно сделать вывод, что функциональная востребованность актуализирует ту или иную «Я-позицию».

Категория «оценочное отношение к себе» оказалась на 13-м ранговом месте (33/13,5%). К данной категории были отнесены ответы, в которых проявлялась оценка себя: «уважительно отношусь к себе», «иногда достаточно жестокий по отношению к себе», самовлюбленный, самодостаточный, эгоистичный. Наибольший вес данная категория имеет на последних позициях, что может свидетельствовать, с одной стороны, о низком уровне самосознания, с другой стороны - о низкой значимости данной категории.

На 14-м месте - категория «гражданин» (32/13,1%). Значимость данной категории для большинства опрошенных минимальна, но для тех, кто указал ее, она является одной из основных составляющих «Я-образа».

На 15-м месте - категория «внешность» (31/12,6%). К данной категории были отнесены высказывания, связанные с внешностью человека. В основном были позитивные высказывания. Правда, вес данной категории в «Я-образе» незначителен, и для тех, кто выделил данную позицию, она также не имеет высокой значимости. Данный результат был несколько неожиданным для нас. В целом получалось, что в «Я-образе» форма несколько доминирует над содержанием, поэтому предполагалось, что внешности опрашиваемые будут придавать особое значение.

На 16-м месте - категория «патриотизм» (28/11,43%), включающая патриотические высказывания. Она неравномерно распределена по позициям. Наибольший вес её приходится на последние позиции, что может быть свидетельством низкой ее значимости и для тех, кто на неё указал.

На 17-м ранговом месте - категория «философское Я» (27/11,02%). К данной категории были отнесены высказывания, имеющие более высокую степень обобщения, такие как: «представитель живого мира», «ищущая света», «часть вселенной», «я – две личности», «ищущий баланс интересов» и т.п. Как уже указывалось выше, количество таких высказываний 27, но количество людей, которым принадлежат эти высказывания, меньше (19/ 7,75%).

На 18-м ранговом месте оказались две категории: «национальность и отношение к ней» и такие характеристики личности, как «обыкновенный, простой – романтик, мечтатель» (по 26/10,6% каждая из категорий). В «Я-образе» таких целостных, обобщенных или недифференцированных категорий несколько: «хороший человек», «плохой человек», «реалист», «странный». Всего таких обобщений 51 (20,82%). Положительный образ в этих обобщениях намного преобладает над негативным, а нормативность – над ненормативностью.

Свою национальную принадлежность указали всего 26 человек (10,6%). Наибольший вес данная категория имеет на первых 5-ти позициях (8,9%), что говорит о значимости данной категории для тех, кто ее указал. Отношение к национальности проявили всего 4 человека (1,63%). Невыраженность отношения, как уже указывалось выше, может быть свидетельством незначимости данной стороны «Я-образа». Возможно, минимальное отражение в «Я-образе» национальной принадлежности связано с тем фактом, что всё, что естественно, очевидно, не актуализировано в «Я-образе». Если бы азербайджанец находился среди людей другой национальности, возможно, в его «Я-образе» национальная принадлежность занимала бы главное место. Кстати, среди тех, кто указывал свою национальную принадлежность, встречались представители другой национальности (евреи, русские, татары, лезгины). Но возможно и другое объяснение – не естественность, а функциональная востребованность определенной стороны «Я-образа» актуализирует ее. Например, функционально семейный статус востребован каждодневно, а национальный статус – нет. Он может быть актуализирован в ситуациях межнациональных конфликтов, спортивных состязаний и т.п. Но также можно предположить, что невыраженность данной позиции в «Я-образе» указывает на узость пространственных границ личности: пространство «МЯ» ограничено семьей, а не национальностью личности.

На 19-м месте оказались две категории: «психологический настрой на будущее» и «религиозный статус». Каждая категория имеет по 25 высказываний (10,2%). Количество пессимистов и оптимистов распределилось почти поровну, с небольшим перевесом оптимистов. Наибольший вес данная категория имеет на последних 3-х позициях.

Категория «религиозный статус» объединила понятия, в которых проявлялось отношение к религии и к Богу. Атеисты оказались в меньшинстве (1,2%). Наибольшая частота высказываний, относящихся к данной категории, приходится на последние позиции. Можно сказать, что для большинства опрошенных религиозный статус оказался незначимым, в том числе и для тех, кто причислил себя к религиозным, т.к. на этот статус при ответе на вопрос теста указывали в последнюю очередь. Невысокая значимость данной категории связана, скорее всего, с особенностями выборки.

Категория «статус в любви» (24/9,8%) занимает 20-е ранговое место. К этой категории были отнесены такие высказывания, как «любимый», «любящий», «не умеющий любить» и т.п. В основном эти высказывания принадлежат молодым девушкам, женщинам. Кстати, любимых было гораздо больше, чем любящих. Высказывания с негативной и позитивной смысловой нагрузкой распределились почти поровну.

На 21-м ранговом месте находятся две категории: «хороший - плохой человек» и «социально неодобряемые качества» (по 22/9% каждая). В категории «хороший - плохой человек» отражена целостная самооценка личности. Положительных образов в этой категории больше,

чем отрицательных (7% и 2% соответственно).

Социально неодобряемые качества были представлены в единичных случаях (1,1% от общего числа всех высказываний). Они часто использовались с эпитетами «иногда», «немного»: «иногда демагог», «иногда грубый» и т.п. Не было ни одного социально одобряемого качества с такими эпитетами. Социально неодобряемые качества указывались в последнюю очередь, что свидетельствует о желании выглянуть социально желательным, социально нормативным.

Категория «личность, индивидуальность» занимает 22-е ранговое место (19/7,75%). Понятия личность и индивидуальность были объединены, т.к. по смысловой нагрузке они близки друг к другу. Различия между двумя категориями: «личность и индивидуальность», с одной стороны, и «человек и индивид», с другой стороны, значительны. Последняя категория встречается в пять раз чаще. Возможно, некоторые опрашиваемые ставили знак равенства между понятиями человек и личность, индивид и индивидуальность или, возможно, понятие человек рассматривалось достаточно широко и включало в себя понятия личности и индивидуальности. Если считать, что опрашиваемые правильно дифференцировали понятия человек и личность, то можно сделать вывод, что биологическая сущность в «Я-образе» намного преобладает над социальной сущностью.

На 23-м ранговом месте оказались две категории: «волевые качества» и «отношение к труду» (по 18/7,35% каждая из категорий). Категория «волевые качества» охватывала только положительные качества. Отрицательные качества, связанные с волей не были указаны. Как видим, волевые качества в очень незначительной степени входят в «Я-образ». Можно сказать, что волевые качества в структуре личности не представляют особой значимости. Вес деловых и волевых качеств составляет 1,7% от числа всех высказываний или 6-7% от числа опрошенных. Тогда как моральные и эмоциональные составляют 77% и 49% соответственно от числа опрошенных.

Категория «отношение к труду» (18/7,35%) объединила понятия, связанные с проявлением отношения к труду. При этом трудолюбивых оказалось больше, чем ленивых (4,5% против 2,9%).

24-е ранговое место делят между собой две категории: «деловые и энергетические качества» и категория, которая объединила такие качества личности, как «наивный, доверчивый» (16/6,53%). Эти качества можно было бы отнести и к категории «социально-психологические качества», но из-за относительно высокой степени частоты их встречаемости они были представлены в качестве отдельной категории. Энергетические и деловые качества можно разделить на позитивные и негативные. Соотношение между ними следующее – 4,9% и 1,63%. Неслучайно категория «энергетические и деловые качества» оказалась рядом с категорией «волевые качества». Они по смысловой нагрузке достаточно близки друг другу. Как видим, волевые, деловые, энергетические качества слабо представлены в «Я-образе».

На 25-м ранговом месте две категории: «возраст» и «уровень притязаний» (14/5,7%). В «Я-образе» возраст почти не находит свое отражение. На возраст в основном указали школьники. К категории уровень притязаний были отнесены высказывания, отражающие цели и желания личности. Одна треть притязаний была связана не с самой личностью, а с желаниями что-то изменить в других, в особенности в своих детях. Многие притязания носят достаточно неконкретный характер. По ним также можно судить и о ценностях личности, поэтому эта категория нашла свое отражение и в категории «ценностных ориентаций».

26-е ранговое место занимает категория «одиночество и отношение к нему» (13/5,31%). Отношение к одиночеству было не однозначным: были и любители одиночества (0,82%), и испытывающие боязнь перед одиночеством (1,22%).

На 27-м ранговом месте две категории: «педантичность», «региональная принадлежность» (12/4,9). Указывать свою принадлежность к определенному географическому региону достаточно типично для людей нашей ментальности. Поэтому мы выделили данную категорию. Но, к нашему удивлению, она очень мало представлена в «Я-образе». Типичный для азербайджанца вопрос «Ты откуда?», почему-то не проявился в «Я-образе». Это могло быть связано и с ситуацией опроса, которая не способствовала актуализации данного «Я-образа», или с особенностями выборки: большинство опрошенных русскоязычные, городские, т.е. местные. Возможно, существует и другое объяснение.

Категория «свободомыслие, самостоятельность» занимает 28-е место (10/4,1%). Как видим, эти качества не востребованы.

Категория «навыки и умения» и категория определенных качеств, которые трудно было обозначить одним словом, определенная как «нежный, ласковый, мягкий, милый», занимают 29-е ранговое место (7/2,9%). Как видно из рангового места, категория «навыки и умения» в «Я-образе» занимает чуть ли не последнее место. Были названы такие навыки, как рисование, шитье, готовка. Исключением являются профессиональные навыки и умения, которые были отнесены к категории «профессиональный статус и отношение к нему». Хотя и в данной категории больше представлен профессиональный статус, чем профессиональные навыки и умения.

Категория «отношение к познанию себя» занимает 30-е ранговое место (5/2%). Данная категория при первоначальном анализе не была выделена из-за ее малочисленности. В «Я-образе» почти не проявилось отношение к познанию себя. Всего 0,82% респондентов выделили такую сторону «Я-образа», как «не знающий себя» или как «знающий себя» (1,22%).

Следующие три категории занимают 31-е ранговое место: «отношение к тесту», «юмористическое отношение к жизни» и «наблюдательность» (по 4/1,63% каждая из категорий). Отношение к

вопросу теста в устной форме проявили многие, и в основном это отношение имело несколько негативный характер («пусть другие скажут, кто я такой»; «откуда я знаю, кто я» и т.п.), но в письменной форме таких высказываний было всего 4 (1,63%). Проявили свое отношение к юмору всего 4 человека. Были следующие высказывания: «шутник», «юморист», «прикольный», «парень с чувством юмора».

На 32-м ранговом месте оказались две категории: «статус через функцию» и «Я есть Я» (по 3/1,22% каждая категория). Под категорией «статус через функцию» имеется в виду социальный статус личности, в котором выделена определенная функция: «помощница», «советница», «поддержка».

Как уже указывалось выше, были еще единичные высказывания, которые не были объединены в категории. Они составляют 4,6% от всех высказываний.

Итак, обобщая вышесказанное можно сказать, что «Я-образ» большинства опрошенных оказался достаточно позитивным. В нем динамическая сторона проявляется меньше, чем статичная. «Я-образы» характеризуются некоторой деиндивидуализированностью, узостью, по причине неравномерного охвата многих сфер жизнедеятельности человека. Оценка себя «глазами» других намного преобладает над самооценкой. «Я-образы» не отличаются критичностью. Почти во всех ответах чувствуется присутствие стороннего наблюдателя - «Я-образ» представляется для других, а не для себя. Превалирующими компонентами структуры «Я-образа» являются: семейный статус, профессиональный статус, образовательный статус, моральные и эмоциональные качества. Пол, возраст, национальность, религиозная принадлежность, гражданство, этническая и региональная принадлежности в «Я-образе» представлены в очень незначительной степени. Моральные и эмоциональные качества в 2-3 раза превосходят интеллектуальные, социально-психологические, волевые и деловые качества.

Пространство личности (5), т.е. степень освоения и осознания себя в четырех выделенных нами пространствах личности – физическом, социальном, духовном и «я-пространстве», имеет следующий вид: физическое пространство (предметный и природный мир) ограничено профессией и физической средой семьи (физическим пространством семьи, т.е. тем пространством, где реализуются потребности семьи); социальное пространство в основном семьей; духовное – моральными и социальными нормативами семьи. Исторические, культурные и философские аспекты духовного пространства, можно сказать, почти незадействованы. Духовное пространство является наименее освоенным из всех пространств личности. «Я-пространство» – отношение к себе (рефлексия второго уровня по В.А.Левину), можно сказать, почти отсутствует.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Анастаси А. Психологическое тестирование. В 2-х т. М., 1982, т.2. с.221.
2. Бурлачук Л.Ф., Морозов С.М. Словарь-справочник по психодиагностике. С-П., 2001, с.77-78.
3. Лефевр В.А. Алгебра совести. М., 2003, 412 с.
4. Майерс, Д. Социальная психология. С-П., 2000, с.64-98.
5. Меджидова С.М. Психологические типы. Типология «69». Баку, 2001, с.20-21.
6. Общая психодиагностика (под редакцией А.А.Бодалева и В.В.Столина). М,1987, с. 245- 278.

### “MƏN – KONSEPSIYA”NIN EKSPERİMENTAL TƏDQIQI

S.M.MƏCİDOVA

#### ANNOTASIYA

Yazıda «Mən-konsepsiya»nın M.Kun və T.Makpartlandla işlədilmiş 20 «Mən kiməm» cümləsi testi köməyilə tədqiqatının nəticələri verilib. Tədqiqatın seçimi 245 nəfəri əhatə edir. Tədqiqatın nəticələri kontent-analizin köməyilə təhlil olunmuşdur. 45 analiz kateqoriyası ayrılıb. «Mən-obraz»ın əsas komponentləri kimi aşağıdakılar aşkar olunub: ailədə status, peşə statusu, təhsil statusu, mənəvi və emosional keyfiyyətlər. Cins, yaş, milliyyət, dini mənsubiyyət, vətəndaşlıq, etnik və regional aidyyət «Mən-obraz»da özünü cüzi dərəcədə büruzə vermişdir. Mənəvi və emosional keyfiyyətlər intellektual, sosial-psixoloji, iradi və işgüzar keyfiyyətlərə 2-3 dəfə üstün gəlirlər. Sorğu keçənlərin çoxusunun «Mən-obraz»ı kifayət qədər müsbətdir. Onda dinamik tərəf özünü statik tərəfdən daha az büruzə verir. «Mən-obrazlar» insan həyat fəaliyyətinin çox sahələrini qeyri-müntəzəm əhatə etdiklərinə görə deindividuelləşdirmə, darlıqla səciyyələnilirlər. Özünü başqalarının gözləri ilə qiymətləndirmə özünüqiymətləndirməyə üstün gəlir. «Mən-obrazlar»da özünə qarşı tənqidçilik rast gəlmir.