**Анализ «я-концепции» с помощью теста «кто я такой»**

С.М. Меджидова, А.И. Орланова, Факультет социальных наук и психологии, Бакинский государственный университет

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, которые 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 неосознанными, потому мы имеем достаточно сложно поддающееся исследованию образование. Основную методологическую проблему можно сформулировать следующим образом: как отделить оценку от знания субъекта о себе и 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 не всегда необходимо «вычитание» 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 универсальных содержательных измерений (параметров) «Я-концепции» может привести 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 и был предложен 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 называния категорий соответствует выраженности и значимости соответствующих признаков, однако это не является доказанным, поскольку возможно влияние стереотипов, защитных механизмов и т.д. Использование данного теста затрудняется, кроме того, отсутствием социокультурных нормативных показателей, данных о валидности и надежности.

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, стремления и цели, самооценка. Как правило, «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 используется не очень часто, поэтому не было возможности сопоставить результаты нашего исследования с результатами аналогичных исследований 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. Такое сокращение было связано с тем, что пилотажное исследование, проведенное на выборке из 30-ти человек, выявило, что большинство опрашиваемых с большим трудом находят 10 вариантов ответов. Среднее количество ответов равно восьми.

В опросе приняли участие 245 человек. Большинство опрошенных составляют студенты Бакинского и Воронежского государственных университетов 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[[1]](#footnote-1). С нашей точки зрения, личность можно представить как четырехмерное образование: физическое (степень освоения и осознания физического мира: природный и предметный мир), социальное (степени освоения и осознания социального мира), духовное (степень освоения и осознания идеального мира: исторического, религиозного, культурного, философского, психологического, морального) и «Я-пространства» (степень освоения и осознания себя), в котором находят свое отражение все остальные элементы 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 встречающиеся и конкретные понятия, 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 выделялись психологические категории, в которых проявляется индивидуальность личности и система отношений.

Выделенные категории имеют разную степень 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\*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 упоминается чаще, 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%). Отношение к этому статусу в подавляющем большинстве случаев было позитивным. 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 и три семейных позиции (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 опрашиваемых моральных качеств, по крайней мере, они стремятся демонстрировать их.

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 носит позитивный характер.

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 своей вспыльчивости или раздражительности 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. 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 встречаются 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 занимают третье место после моральных и эмоциональных качеств.

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 и 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».

Первоначальное предположение о том, что «Я-образы», представленные в виде различных ассоциаций, характерны для лиц с выраженной индивидуальностью не нашло своего подтверждения. 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 встречающиеся 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%). Отношение, за исключением единичных случаев, носят позитивный характер. 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, так как в обществе принадлежность к мужскому полу традиционно имеет большую ценность. Причины недостаточной выраженности половой идентичности у мужчин можно объяснить особенностями выборки: в опросе принимали участие в основном студенты, школьники и люди, имеющие высшее гуманитарное образование – педагоги, преподаватели. Возможно, в другой выборке можно было бы получить иные результаты, большую выраженность полового статуса.

Слабая выраженность половой идентичности у женщин, возможно, связана с особенностями женского менталитета. Быть женщиной в нашем обществе, где роль матери ценится выше, чем роль женщины, не столь престижно, как быть мужчиной.

На 10-м ранговом месте оказалась категория «ценностные ориентации» (50/20,41%). Понятие ценностные ориентации – достаточно широкое и многие ответы можно было бы отнести к данной категории (семья, профессия, образование, дружба и т.д.). Мы объединили в эту категорию высказывания, связанные с проявлением любви к чему-то (39/15,9%): к музыке, к искусству, природе, тишине и т.п. В эту категорию вошли также высказывания, связанные с любовью к определенным видам деятельности или поведения (8/3,26%): «советоваться с близкими», «отдыхать», «спать», «гулять», «дружить», а также 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 находится 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 называет свое имя. Мы допускаем, что имя представляет обобщенный образ личности. При ответе на вопрос теста свое имя чаще называли люди молодого возраста. Некоторые указывали и фамилию, и свою принадлежность семье, что еще раз подчеркивает 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. 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 находится 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 получилось, что в «Я-образе» форма несколько доминирует над содержанием, поэтому предполагалось, что внешности опрашиваемые будут придавать особое значение.

На 16-м месте стоит категория «патриотизм» (28/11,43%), включающая патриотические высказывания. Она неравномерно распределена по позициям. Наибольший вес приходится на последние позиции, что может быть свидетельством ее низкой 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». Среди тех, кто указывал свою национальную принадлежность, встречались представители таких национальностей как 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 «МЫ» 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 считал себя религиозным, т.к. на этот статус при ответе на вопрос теста указывали в последнюю очередь.

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 соответствовать социальным нормам.

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. При этом различия между категориями «личность и индивидуальность», с одной стороны, и «человек и индивид», с другой, 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».

Вес деловых и волевых качеств составляет 1,7% от числа всех высказываний или 6-7% от числа опрошенных, тогда как моральные и эмоциональные качества 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 качества и энергичность» 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 отдельно. Энергичность и деловые качества можно разделить на позитивные и негативные. Соотношение между ними следующее 4,9% и 1,63%. Неслучайно эта категория оказалась рядом с категорией «волевые качества». Они по смысловой нагрузке достаточно близки друг другу. Как видим, волевые, деловые качества слабо представлены в «Я-образе».

На 25-м ранговом месте находятся две категории: «возраст» и «уровень притязаний» (14/5,7%). В «Я-образе» возраст почти не находит своего отражения. 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 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-ме 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 опрашиваемых вопрос «Ты откуда?», почему-то не проявился в «Я-образе». Это могло быть связано или с ситуацией опроса, которая не способствовала актуализации данного «Я-образа», или с особенностями выборки: большинство опрошенных русскоязычные, городские, т.е. местные.

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%).

Всего 4 человека проявили свое отношение к юмору. Встречались 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 различных 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.

**Список литературы**

Анастази А. Психологическое тестирование. – Т. 1, 2. – М., 1982.

Бурлачук Л.Ф., Морозов С.М. Словарь-справочник по психодиагностике. – С-Пб, 2001.

Лефевр В.А. Алгебра совести. – М., 2003.

Майерс Д. Социальная психология. – С-Пб, 2000.

Меджидова С.М. Психологические типы. Типология «69». – Баку, 2001.

Общая психодиагностика. Под ред. А.А.Бодалева и В.В.Столина.– М,1987.

1. Представления автора о структуре личности изложены в монографии «Психологические типы. Типология 69»[6]. [↑](#footnote-ref-1)