

Министерство просвещения Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт психологии
Кафедра общей психологии и конфликтологии

**РЕАЛЬНЫЙ И ТРАНСЛИРУЕМЫЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ «ОБРАЗ Я»
УСПЕШНЫХ ЖЕНЩИН**
Направление подготовки «44.04.02 Психолого-педагогическое образование»
Направленность (профиль) образовательной программы:
Веб-психология и психологическое консультирование в цифровой среде
Выпускная квалификационная работа
(магистерская диссертация)

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой Р.А. Валиев
«___» _____ 2024 г.

подпись

Исполнитель:
Вероника Владимировна Щукина,
обучающийся Веб-2241з группы

подпись

Руководитель:
Воробьева Ирина Владимировна,
канд. пед. наук, доцент кафедры
общей психологии и конфликтологии

подпись

Екатеринбург 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ПРОБЛЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	9
1.1 Образ-я и его особенности в отечественной и зарубежной литературе	9
1.2 Понятие успешности и ее особенности.....	23
1.3 Реальный и транслируемый в цифровой среде «образ Я»	30
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕАЛЬНОГО И ТРАНСЛИРУЕМОГО В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ «ОБРАЗ Я» УСПЕШНЫХ ЖЕНЩИН.....	38
2.1 Организация исследования	38
2.2 Описание методик исследования	39
2.3 Анализ результатов исследования реального и транслируемого в цифровой среде «образ Я» успешных женщин	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	68
Приложение	73

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Актуальность темы «Реальный и транслируемый в цифровой среде «образ Я» успешных женщин» обусловлена современными тенденциями в общественном сознании и медиа-пространстве. В условиях изобилия информации и глобализации, образы успешных женщин становятся неотъемлемой частью культурного ландшафта, формируя общественные нормы и ожидания. Социальные сети и цифровые платформы предоставляют возможность любому желающему транслировать свою версию "образа Я", однако это часто приводит к искажению реальности и созданию недостижимых стандартов.

Представление человека о самом себе играет ключевую роль в регулировании его поведения, установлении социальных связей, процессе личностного развития, а также в поддержании психологического комфорта и здоровья. В психологической науке используется разнообразное множество терминов, которые обозначают разные аспекты самоощущения и установок индивидуума: такие как Я-концепция, Я-образ, самоидентичность, Я-схема, самооценка и самоотношение. Эти термины имеют различия в содержательном наполнении и взаимосвязях, что отражает различные подходы и теории.

Представления о себе могут иметь как качественное, так и содержательное выражение. В таких случаях чаще всего говорят о Я-концепции и Я-образе. С другой стороны, количественная и оценочная стороны этого восприятия обычно определяются через самооценку. Существенным является различие между Я-концепцией и Я-образом: первая основывается на когнитивных процессах и формирует реалистичное восприятие себя, тогда как вторая связана с мотивацией и созданием различных образов себя, включая идеализированные версии, которые используются при взаимодействии с окружающими.

С изучением вопросов, касающихся формирования представлений о себе и особенно — конструирования Я-образа, появилась новая значимость в контексте развития современных цифровых пространств и онлайн-коммуникаций. В данной статье, основанной на обзоре и анализе актуальных психологических исследований, рассматривается влияние цифровой среды на процесс формирования Я-образа индивида и его Я-концепции.

Исследование реального и транслируемого образа успешных женщин важно для понимания влияния медиа на самооценку и карьерные устремления женщин. В условиях постоянного сравнения и стремления соответствовать идеальным образам, многие женщины испытывают давление, что может негативно сказываться на их психическом здоровье и личной реализации. Кроме того, анализ этих образов позволяет выявить стереотипы и предвзятости, которые продолжают существовать в обществе.

Таким образом, изучение темы "Реальный и транслируемый «образ Я» успешных женщин" является важным шагом к формированию более инклюзивного и реалистичного представления о женском успехе, способствуя изменениям в общественном восприятии и повышению уровня равенства полов.

Степень ее разработанности: Значительный вклад в исследование реального Я-образа внесли работы Р.Бернса, И.С. Кона, А.А. Налчаджяна, Е.Т. Соколовой, А.А.Реана, В.В.Столина, Н.Norris, A.Ryle и др. В разных исследованиях авторы по-разному рассматривают возможности цифровой среды с точки зрения ее влияния на личность. Например, Н.В. Чудова, М.А. Евлампиева и Н.А. Рахимова писали в своих работах о зависимости образа «Я» и коммуникации человека от виртуального пространства. Оценку Интернета как фактора, определяющего взаимодействие личности, мы встречаем в исследованиях И.В. Романова. В зарубежной психологии Р. Краут ставит вопрос об изменениях социальной интеграции под влиянием Сети.

Проблема: В современном обществе успешные женщины сталкиваются с давлением социальных сетей и других цифровых платформ, где их образ часто формируется не только на основе реальных достижений, но и с учетом искажений, созданных алгоритмами и порой нереалистичными стандартами. Это приводит к формированию стереотипов о том, как должна выглядеть "успешная женщина", что может негативно сказаться на их самооценке и восприятии самих себя.

Противоречие: С одной стороны, цифровая среда предоставляет женщинам возможность делиться своими успехами, вдохновлять и поддерживать друг друга, создавая сообщества и платформы для взаимопомощи. С другой стороны, эта же среда часто подталкивает к идеализации и конкуренции, где реальный успех может затмеваться желанием соответствовать навязанным стандартам. В результате успешные женщины могут ощущать давление и неуверенность, пытаясь балансировать между своей истинной идентичностью и образом, транслируемым в цифровом пространстве.

Объект исследования: «образ Я» женщины.

Предмет исследования: реальный и транслируемый в цифровой среде «образа Я» успешных женщин.

Цель исследования: изучить особенности реального и транслируемого в цифровой среде «образа Я» успешных женщин.

Задачи исследования

1. Проанализировать «образ Я» и его особенности в отечественной и зарубежной литературе.
2. Раскрыть понятие успешности и ее особенности.
3. Проанализировать особенности реального и транслируемого в цифровой среде «образа Я».
4. Провести эмпирическое исследование реального и транслируемого в цифровой среде «образа Я» успешных женщин.

Гипотеза исследования: вероятно реальный "образ Я" успешных женщин значительно отличается от их транслируемого цифрового имиджа, что проявляется в различиях в самооценке, социальных ролях и ожиданиях, связанных с успехом.

Выборка: 40 женщин.

Методы: теоретический анализ литературы, тестирование, качественный и количественный методы исследования. методы математической статистики (Критерий Манна-Уитни).

Методики исследования:

1. Тест-опросник самоотношения, ОСО
2. Методика исследования самоотношения, МИС
3. Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация В. В. Лазуриной)
4. Тест на самооценку личности по Будасси.

Новизна исследования заключается в комплексном анализе реального и транслируемого в цифровой среде «образа Я» успешных женщин, что позволяет выявить новые аспекты влияния цифровизации на самоидентификацию и социальные роли женщин. В отличие от существующих работ, фокусирующихся на отдельные аспекты образа успешной женщины, данное исследование акцентирует внимание на различиях и взаимосвязях между реальными достижениями и общественным восприятием, сформированным через цифровые медиа. При этом учитываются как количественные, так и качественные методы, что позволяет получить более полное и глубокое понимание темы.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в его способности обогатить существующие концепции в области психологии, социологии и медиаисследований, касающиеся «образа Я» и успешности. Ожидается, что результаты исследования будут способствовать развитию понимания о том, как цифровая среда формирует идентичности и как это взаимодействует с социокультурными ожиданиями.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ПРОБЛЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 «Образ Я» и его особенности в отечественной и зарубежной литературе

«Образ Я» является основным понятием психологии и педагогики, а также одним из ключевых субъектов исследования в социально-гуманитарных науках. В психолого-педагогической литературе «образ Я» раскрывается с разных точек зрения, рассматривая его в контексте развития личности, формирования индивидуальности, самосознания и саморазвития. Этот образ представляет собой сложную систему связей между внутренним и внешним миром человека, его внутренними потребностями, ценностями, интересами. Понимание и изучение «образа Я» в психолого-педагогической литературе имеет важное значение для практической работы педагогов, психологов и других специалистов в области развития личности [15].

«Образ Я» в психологии представляет собой субъективную конструкцию человека о себе, его собственной самооценке и самоидентификации. Этот образ включает в себя все представления о личности, ее физических, социальных, интеллектуальных, эмоциональных и моральных качествах и характеристиках. Концепция «Я» является центральным элементом теории самосознания, разработанной А.Н. Леонтьевым и другими психологами. Они рассматривают «Я» как самоотношение человека к самому себе, его восприятие собственного «Я» как некоторого целостного и единого объекта.

В педагогике «образ Я» также рассматривается как ключевой аспект развития личности и формирования индивидуальности. Он считается субъективным представлением человека о себе, своих возможностях, целях и стремлениях. Психологи и педагоги акцентируют внимание на важности формирования положительного «образа Я», осознаваемых устойчивых

позитивных представлений о своих способностях, достижениях и ценностях. Как подчеркивают исследователи, положительная самооценка способствует успешному взаимодействию с окружающим миром, эффективному обучению и развитию [11].

«Образ Я» в психолого-педагогической литературе также рассматривается в контексте самомотивации и саморазвития человека. Ряд теоретических подходов, таких как теория самоопределения и самоподтверждения, сосредотачиваются на аспекте личностного развития и роста через совершенствование и изменение «образа Я». Они утверждают, что человек стремится к достижению своей потребности в самоактуализации, которая связана с развитием и реализацией своих потенциалов, сопряженных с «образом Я».

В современных психологических исследованиях формируется актуальная тенденция к переосмыслению сущностных характеристик «Я», то есть изучению «личности в человеке» [4]. «Образ Я» в этих исследованиях рассматривается как системное, комплексное образование, отражающее значимые «потенциалы и тенденции» (Б.Г. Ананьев) [1], значимые для личности, ее «стремления и возможности» (В.С. Мерлин) [7].

Актуальные социально-психологические преобразования в структуре и динамике общественного развития выдвигают ряд качественно новых психологических проблем, характерных для отдельных социальных групп, формаций и общественных отношений. Одной из таких проблем является формирование и развитие «образа Я» личности в студенческий период. Возрастающий объем частотности употребления в публикациях терминологии, начинающейся с приставок self-, self- (самоидентификация, саморазвитие, самопознание, самоопределение и др.), свидетельствует о новом этапе обращения психологической науки к проблемам формирования «Я» в развитии личности. В данном контексте подразумевается целенаправленная направленность на воспитание инициативной, доминантной, активной личности, ориентированной на успех, построение

стратегии жизненного сценария и путей профессионального развития. Однако понятие «Я» в структуре личности, ее «Я» и целостности структуры не является чисто предметом психологических исследований, а затрагивает смежные области исследований в биомедицинской, социальной, социально-педагогической областях научного знания. Разнообразие подходов к проблемам исследования «образа Я» сочетается с разнообразием точек зрения на выбор методов ее исследования [36].

«Образ Я» как психологическое понятие вошло в научный обиход относительно недавно, но это вовсе не означает, что данная проблема ранее не изучалась в науке. Исторические аспекты развития «образа Я» берут свое начало в работах Р. Декарта, И. А. Ильина, И. Канта, А. Камю, В. С. Соловьева, Д. Юма и других философов.

В педагогике «образ Я» также рассматривается как ключевой аспект развития личности и формирования индивидуальности. Он считается субъективным представлением человека о себе, своих возможностях, целях и стремлениях. Психологи и педагоги акцентируют внимание на важности формирования положительного «образа Я», осознаваемых устойчивых позитивных представлений о своих способностях, достижениях и ценностях. Как подчеркивают исследователи, положительная самооценка способствует успешному взаимодействию с окружающим миром, эффективному обучению и развитию.

«Образ Я» в психолого-педагогической литературе также рассматривается в контексте самомотивации и саморазвития человека. Ряд теоретических подходов, таких как теория самоопределения и самоподтверждения, сосредотачиваются на аспекте личностного развития и роста через совершенствование и изменение «образа Я». Они утверждают, что человек стремится к достижению своей потребности в самоактуализации, которая связана с развитием и реализацией своих потенциалов, сопряженных с «образом Я» [40].

В психолого-педагогической литературе встречаются исследования, посвященные влиянию «образа Я» на самоопределение и саморегуляцию личности. Они показывают, что «образ Я» является ключевым фактором, который влияет на выборы и решения человека, его поведение, адаптацию и жизненные стратегии. Изменение «образа Я» в результате воздействия различных факторов, таких как социальное окружение, педагогический процесс, саморазвитие и самооценка, может привести к позитивным или негативным изменениям в личностном росте и развитии.

Важно отметить, что «образ Я» является динамической и изменчивой конструкцией, которую формирует и изменяет весь жизненный путь человека. В различных возрастных стадиях «образ Я» подвергается трансформации, взаимодействуя с различными социальными ролями и ожиданиями, внутренними противоречиями и мотивацией. Поэтому понимание и изучение «образа Я» в психолого-педагогической литературе помогает педагогам и психологам определить наиболее эффективные подходы к развитию личности и стимулированию саморазвития учащихся [12].

«Образ Я» в психолого-педагогической литературе представляется важным исследовательским объектом, позволяющим понять механизмы развития и формирования личности. Это понятие рассматривается с различных точек зрения, включая аспекты самооценки, самоидентификации, самоопределения и самомотивации. Важно заметить, что «образ Я» является динамической конструкцией, которая изменяется на протяжении всей жизни человека под влиянием различных внутренних и внешних факторов. Понимание этого образа положительно сказывается на практической работе педагогов и психологов, позволяя определить оптимальные подходы для содействия развитию и саморазвитию личности в процессе обучения и вне школы.

На сегодняшний день как отечественные, так и зарубежные исследования не выработали единого подхода к пониманию феномена «Я-

концепция». Чаще всего оно раскрывается через семантические понятия родственных понятий: «самооценка», «самосознание», «самоопределение», «самоидентификация», «самообраз», «идентичность» и некоторых других. Несмотря на близость этих понятий, ни одно из них не способно в полной мере раскрыть сущность и содержание «образа Я», поскольку каждый исследователь, оперируя сочетанием этих категорий, приходит к разным, порой весьма противоречивым выводам [6].

Сравнение подходов в рамках исследований различных научных школ, посвященных проблеме «образа Я» личности, позволило определить несколько единых направлений ее изучения в психологии:

1) содержание «самообраза» как целостной категории, в рамках которой индивид осознает свои особенности, наличие или отсутствие особенностей, определяющих его как личность, - это направление изучалось в научных трудах Б.Г. Ананьев, Р. Бернс, В. С. Мерлин, А. Г. Спиркин и другие;

2) подходы к определению структуры понятия «Я-концепция», включающего категории: «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я-демонстрируемое» и другие (научные работы У. Джеймса, И.С. Кон, К. Роджерс, М. Розенберг, В. В. Столин, И. И. Чесноков и др.);

«Образ Я» как психологическое понятие вошло в научный обиход относительно недавно, но это вовсе не означает, что данная проблема ранее не изучалась в науке. Исторические аспекты развития Я-концепции берут свое начало в работах Р. Декарта, И. А. Ильина, И. Канта, А. Камю, В. С. Соловьева, Д. Юма и других философов [20].

На сегодняшний день как отечественные, так и зарубежные исследования не выработали единого подхода к пониманию феномена «образа Я». Чаще всего оно раскрывается через семантические понятия родственных понятий: «самооценка», «самосознание», «самоопределение», «самоидентификация», «самообраз», «идентичность» и некоторых других. Несмотря на близость этих понятий, ни одно из них не способно в

полной мере раскрыть сущность и содержание Я-концепции, поскольку каждый исследователь, оперируя сочетанием этих категорий, приходит к разным, порой весьма противоречивым выводам [6].

Сравнение подходов в рамках исследований различных научных школ, посвященных проблеме «образа Я» личности, позволило определить несколько единых направлений ее изучения в психологии:

1) содержание «самообраза» как целостной категории, в рамках которой индивид осознает свои особенности, наличие или отсутствие особенностей, определяющих его как личность, - это направление изучалось в научных трудах Б. Г. Ананьев, Р. Бернс, В. С. Мерлин, А. Г. Спиркин и другие;

2) подходы к определению структуры понятия «образа Я», включающего категории: «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я-демонстрируемое» и другие (научные работы У. Джеймса, И.С. Кон, К. Роджерс, М. Розенберг, В. В. Столин, И. И. Чесноков и др.);

- соотношение уровня самооценки и притязаний как показатель осознанности Я-концепции (Л. В. Бороздина);

- формирование образной сферы личности и «образа Я» (Б. Г. Ананьев, А. Н. Крылов, А. Н. Леонтьев);

- развитие проективной стороны самосознания (В.В. Знаков, И.А. Романова);

- развитие Я-концепции через личностную рефлексия и самопонимание (В.В. Знаков, Б.В. Кайгородов, Н.И. Гуткина, А.В. Захаров, В.А.Зарецкий и др.).

Обобщение и выявление некоторых общих направлений, сложившихся в изучении «образа Я» личности в современной психологии, тем не менее, позволяют выделить некоторые общие принципы, лежащие в основе изучения «образа Я». Основным идейным принципом, положенным в основу большинства исследований, является базовая концепция Б. Г. Ананьева, на основе которой реализуется целостный подход к личности. Принцип

целостного подхода к изучению личности можно проследить в работах теоретического и философского содержания: С.Л. Рубинштейна, Л. И. Анциферовой, Б.Ф. Ломова. В методическом исследовании Б. Ф. Ломова реализуется идея развития «образа Я» как сложного структурного многомерного явления [36].

В исследовании В. Н. Мясищева также выделяется компонентная структура Я-концепции, в которой автор выделяет эмоциональный, волевой (поведенческий), оценочный компоненты. И именно оценочный компонент является тем механизмом, на основе которого человек реализует восприятие и оценку самого себя: осознает, воспринимает, понимает и пытается объяснить взаимоотношения объектов окружающей среды, людей, себя в среде [8].

Выделенные В. Н. Мясищевым компоненты Я-концепции личности легли в основу последующих исследований. Итак, в трактовке И. С. Кона под «образом Я» следует понимать социальную установку, выраженное отношение человека к самому себе, включающее три основных компонента: эмоциональный, когнитивный и поведенческий. В другом исследовании В. Б. Олышанского - Я-концепция понимается как организованная когнитивная структура «Я», извлекаемая из субъективных переживаний и представлений о себе.

В исследованиях В. П. Коломица («Формирование индивидуальности», 1993) рассматривается проблема формирования «Я» личности, которая реализуется в процессе осмысления индивидом социокультурных условий его существования, волевых, эмоциональное, познавательное понимание окружающей действительности и собственного «Я» [20].

Дальнейшее исследование роли бессознательного в процессе формирования собственного «Я» человека провел Л. С. Выготский, который отмечал: «...сознание представляет собой лишь незначительную часть психического опыта личности, поскольку представляет собой широкий пласт бессознательного, и, во-вторых, оно либо обозначает какое-то свойство этого

опыта, либо в замаскированном виде представляет то же понятие, что и душа, только под другим именем» [2, с. 72].

В зарубежной психологии проблему Я-концепции изучали представители различных школ и направлений:

1) Последователи интеракционистского подхода (Д.М. Болдуин, Н.В. Грот, К. Кули, А. Пфендер, М. Розенберг);

2) Последователи психодинамического подхода (в рамках самопсихологии, психоанализа) (А. Адлер, Э. Берн, А. Фредьом, Э. Фромм, К. Хорни, Э. Эриксон и др.);

3) Последователи когнитивного подхода (А. Валлон, Ж. Пиаже, Т. Уилсон, Л. Фестингер);

4) Представители теории гуманистической психологии, личностно-ориентированного подхода (А. Маслоу, Г. Олпорт, К. Роджерс, К. Франкл и др.).

Обобщение теоретических аспектов и подходов к пониманию «образа Я» личности позволило сделать вывод, что современные теории изучения «образа Я» развиваются преимущественно в русле проблем самосознания, центральными элементами которых являются категории: «самосознание», «самооценка», «самопонимание», «уровень притязаний», «образ Я». С этими категориями сталкивается практически каждый исследователь, определяющий область своей научной деятельности в области психологии самосознания.

И. И. Чеснокова включает в структуру самосознания три компонента: само самосознание, то есть знание о себе, эмоционально-ценностное отношение к своей личности, саморегуляцию своего поведения [9].

Используя критерий соотнесения знаний личности о себе, И.И. Чеснокова выделяет два уровня самосознания: на первом уровне человек сопоставляет знания о себе со знаниями о другом человеке. При этом сначала какое-то качество выделяется и осознается на примере другого человека, а затем переносится на себя. Самонаблюдение и самовосприятие

личности являются методами самосознания. На втором уровне знания о себе расширяются за счет процессов аутокоммуникации, то есть в рамках соотношения знаний и представлений о себе. Специфическими методами самопознания второго уровня являются самоанализ и саморефлексия. Человек соотносит свое поведение и достигнутые результаты с мотивацией, ставшей источником этого поведения и знаний о себе [9].

Образ физического Я – представление о своем телесном образе, сравнении и оценке себя с точки зрения эталона «мужества» или «женственности». По определению А.Н.Леонтьева, физическое Я – это переживание своего тела как воплощение Я, переживание физических дефектов, сознание здоровья или болезни. Образ своего тела, подобно другим компонентам Я-концепции, субъективен, но ни один другой элемент не так открыт для внешнего обзора и социальных оценок, как тело человека. Негативно сложившийся образ физического «Я» приводит к серьезным нарушениям личности в целом. Общий уровень удовлетворенности своим телом пропорционально сравнивается с общим уровнем принятия себя. Для более детального ознакомления с социально-психологическими факторами формирования физического образа физического Я предлагаю Вам ознакомиться с презентацией Социально психологические факторы формирования физического образа Я.

Конкретные исследования образа физического «Я» в постсоветской и отечественной психологии представлены в настоящее время разными направлениями, в которых выявлены возрастные, половые и социальные факторы самовосприятия тела (О.В.Гусева, В.Н.Куницына, О.Г.Мотовилин, О.А.Черкашина, В.А.Цуркина и др.); проанализированы клинические аспекты нарушения образа физического «Я» (А.Н.Дорожевец, О.В.Соколова, Н.А.Коваленко, А.С.Тиунова и др.); обнаружены психофизиологические характеристики схемы тела (Д.Б. Эльконин, О.В.Лисина и др.). В зарубежной психологии образ физического "Я" исследуется через изучение его границ (S. Fisher, 1970); внешности (S. Cleveland, 1970); зависимости особенностей

самоотношения к телу от состояния сознания, возраста, культурных стереотипов, коэффициента умственного развития, самооценки (F. Schontz, 2012; R. Schwarzer, 2013); тела как носителя определенного символического значения (T. Szasz, 2006). Следует заметить, что в психологической науке нет единого термина, а употребляется ряд понятий, характеризующих одинаковые или близкие по содержанию психические явления. Наиболее распространены понятия «образ физического Я» (или «образ телесного Я») и «образ тела». Образ тела – представление личности о внешности, о степени эстетичности телосложения (А.Реан) [12]. В современной справочнике по психологии приводится определение образа тела, как системотворческого структурного элемента «образа Я», представление о себе в аспекте телесности.

В научных студиях также используется конструкт «схема тела» - психологическая структура, в которой отражена конструкция собственного тела человека (М. Боньер). Лишь благодаря ее наличию возможна успешная координация движений разных частей тела человека[12]. На наш взгляд, следует четко разграничивать понятие «схема тела», описывающее стабильное и постоянное знание о своем теле и «образе тела», рассматриваемое как результат сознательного или бессознательного психического отражения, как определенная умственная картина своего тела (О.А.Соколова).

В исследованиях Р.Бернса, А.А.Бодалева, В.В.Столина и др. подчеркивается, что размеры тела и его форма служат важнейшим источником формирования представления о собственной «Я-концепции» и целостном «Я». Анализ работ отечественных и зарубежных исследователей доказывает, что личные проблемы, связанные с восприятием и оценкой собственного тела, становятся все более актуальными для современного общества. Ни одно поведенческое проявление человека как сознательного субъекта, ни одно его отношение к окружающему миру и другим людям не обходится без включения в эти процессы его отношения к самому себе. В

силу вышеизложенного целью исследования является изучение содержания образа физического «Я» и самоотношение к нему под влиянием социума. Анализ теоретических источников показал, что "Я-концепция" или самосознание является главной психологической особенностью, благодаря которой личность познает себя и производит определенное отношение к себе (Р. Бернс, И. Кон, R.Wylie, G. Marwell и др.). Согласно трехкомпонентной структуре социальной установки, в «Я-концепции» выделяются три составляющие: «образ Я» (когнитивная), самооценка (аффективная), потенциальная поведенческая реакция (поведенческая) [2].

«Образ Я» выступает необходимым звеном в саморегуляции и самоконтроле поведения на личностном уровне человеческой активности. А самооценка существует в силу того, что ее когнитивная составляющая не воспринимается человеком безразлично, а пробуждает в ней определенные оценки и эмоции. Образ физического «Я» или образ тела как представление о соматической организации является одним из «образов Я», включенных в когнитивную составляющую «Я-концепции».

Сложившееся представление и отношение к образу тела является одним из ярких примеров самопрезентации, отражающей ценность тела как такового, а также существующие в обществе социокультурные эталоны (В.Н. Никитин, О. А. Соколова и др.) Формирование образа физического «Я» происходит в результате влияния социально-психологических факторов и представляет собой двойной процесс [20].

С одной стороны это влияние социума, выражающегося в суждениях, мнениях, представлениях, стереотипах, стандартах, с другой это самостоятельная осмысленность и дифференцированно-выборочная проработка собственных критериев, установок, оценок, представлений, связанных с телесной внешностью и функциями тела (И. Кон, С. Московичи и др.). Опыт переживания собственного тела считается первым шагом на пути обретения своей идентичности и формирования «Я-концепции» (Р. Бернс, В. В. Столин и др.). Как отмечает А.И.Черкашина, образ физического

"Я" как социальный феномен имеет ряд особенностей, выражаемых критериями внешней привлекательности [15].

Физическая красота проявляется в двух планах: внешнем (совокупность анатомических, функциональных и социальных характеристик) и внутреннем (здоровье, являющееся важным фактором регуляции поведения по изменению своего физического «Я»). Внешние и внутренние характеристики составляют единое целое, выражающееся в красоте и гармонии тела (В.Н. Куницына, В.Н. Панферов и др.). Следует заметить, что современные образы, нормы и стандарты тела, отражающие социальные критерии привлекательности, находятся под прессингом средств массовой информации (И.В.Грошев и др.).

Вслед за распознаванием своего облика возникает проблема его оценки. Для обозначения аспекта, связанного с отношением к себе в последнее время все чаще употребляется понятие «самоотношение». Структуру этого психологического феномена можно отразить следующим образом: во-первых, существует некоторое обобщенное самоотношение (самоуважение, самооценка), являющееся целостным, одномерным и универсальным образованием, выражающее степень положительного отношения индивида к собственному воображению «образа Я»; во-вторых, это обобщенное самоотношение определенным образом интегрируется с частных самооценок, согласно их субъективной значимости самооценки [15].

Основным механизмом формирования самооценки ученые считают процесс социального сравнения, критерием которого выступает социальный эталон, а при его отсутствии ближайшее социальное свита (Л. Фестингер, Р. Чалдини и др.). В своем исследовании А.И. Черкашина выделяет четыре эмоциональных компонента макроструктуры самоотношения: самоуважение, самопринятие, аутосимпатия и ожидаемое отношение других людей; и две подсистемы, каждая из которых специфически связана с содержанием Я: систему самооценок и систему эмоционально-ценностных отношений [15].

Система самооценок выполняет функцию сравнения с другими («Я» по сравнению с другими), а эмоционально-ценная система сигнализирует о субъективной значимости этих самооценок («Я» «Я») [11]. Отношение к себе с точки зрения удовлетворения своим телом, разными его частями и индивидуальными особенностями является существенным компонентом сложной структуры самосознания и оказывает огромное влияние на самоуважение и самореализацию личности во всех областях жизни от публичной до интимной. Принятие себя предполагает принятие своего тела таким, каким наделила человека природа. Именно поэтому образ собственного тела является очень важным компонентом самосознания. В этот возрастной период особое значение приобретает правильно сложившееся представление о себе. Как отмечает в своем исследовании А. Е. Тиунова, конец 20-го и начало 21-го веков ознаменовались повышенным вниманием и озабоченностью по вопросам, связанным с дестабилизацией образа тела [13].

За последние три десятилетия отмечается устойчивая тенденция роста среди населения развитых стран неудовлетворенности собственной внешностью, особенно пропорциями фигуры и весом (А. Н. Дорожевец, Е. С. Креславский, В. А. Петеркова, И. В. Поставнева). Степень этого недовольства практически не зависит от реальных антропометрических показателей (например, люди с низким весом могут считать себя чрезмерно полными) [5].

Все настойчивее СМИ популяризируют мысль о том, что ценность человека заключается в его красоте, что красивое тело обеспечивает его привлекательность, а атрибутом красоты является худоба [4]. Социальная оценка с учетом физических критериев порождает ряд психологических проблем, поскольку образ тела оказывает значительное влияние на формирование самооценки.

На сегодняшний день требования к идеальному телу часто очень специфичны. Ш. Берн приводит следующие данные: 85% женщин из-за

определенных несоответствий не могут соответствовать эталонам телосложения, которые предлагаются внешними воздействиями, в частности, средствами массовой информации (современная «модель» хрупче среднестатистической женщины на 23%) [1].

Начиная с 1920-х годов, западно-европейским идеалом женского тела стал так называемый «мальчишеский» силуэт [4]. Большинство культур предпочитают идеалы телосложения, отражающие четкую гендерную выраженность.

С. Франзой указывает на то, что для западно-европейской культуры присуща привлекательность худощавых женщин и У-образных форм мужского тела [17]. Подобная тенденция первичной оценки внешности человека типична и для России. Личные проблемы, связанные с искаженным восприятием собственного тела, становятся все более актуальными для современного общества. Как было отмечено нами выше, особенно характерны они в подростковом и раннем юношеском возрасте. Особенно опасны для здоровья юношей и девушек болезненные тенденции самоотношения к образу физического «Я».

Речь идет о дисморфомании (убежденность (мысленная идея) о наличии физического недостатка) и дисморфофобии (в переводе с греческого – «навязчивый страх телесной деформации») – это формы психологического расстройства, характеризующиеся навязчивыми убеждениями человека о наличии у него какого-то дефекта внешности, воображаемого или преувеличенного. М. В. Коркина определяла дисморфофобию как навязчивый страх невротического характера, связанный с реальными или вымышленными физическими недостатками [7].

Предметом переживаний служат; малый рост, пропорции тела, вторичные половые признаки [5]. Кроме того, недовольство довольно часто сосредотачивается на форме носа, ушей, лба, губ, челюсти, зубов, ног, реже живота и бедер, наличия пигментации и врожденных пятен.

Таким образом, так называемые транзиторные реактивные дисморфофобии в той или иной степени встречаются у всех юношей и девушек, особенно при наличии у них сензитивной акцентуации. В частности, возрастное изменение тембра голоса, возрастная сыпь на коже, общая осанка в период интенсивного роста, резкие колебания массы тела, связанные с диэнцефальными нарушениями при окончании полового созревания, – все это создает благоприятную почву для дисморфофобии. Дисморфоманические расстройства – это, как правило, стойкие феномены, трудно поддающиеся коррекции.

1.2 Понятие успешности и ее особенности

Достижение успеха является результатом настойчивых усилий и действий, так как без активности человека успех невозможен. С философской точки зрения активность рассматривается как уникальное качество личности, связанное с её жизненным путем, самоорганизацией и самореализацией. Проблема активности субъекта в процессах познания и деятельности долгое время привлекала внимание множества западноевропейских мыслителей. Этот вопрос в различной степени обсуждали и исследовали такие философы, как Р. Декарт, Г. Лейбниц, Г. В. Гегель, К. Маркс, М. Хайдеггер, Э. Гуссерль, М. Мерло-Понти, П. Рикер, К. Г. Юнг, Й. Хейзинга, Т. Шарден, Г. Олпорт, А. Маслоу, К. Левин и Н. Хоппе.

Социальные науки также уделяли внимание изучению феномена успеха. Особенно активно этот вопрос рассматривали американские философы-прагматисты, такие как У. Джеймс, Дж. Дьюи, С. Хук, Ф. Шиллер и Дж. Болдуин. В их трудах центральной темой является триада человек – деятельность – успех. Дж. Дьюи, к примеру, связывал успех с концепцией счастья, утверждая, что оно представляет собой главную идею морали. "Счастье, - отмечает он, - основывается на успехе, который предполагает достижение целей и поступательное движение вперед" [39].

Вопрос успеха в психологии вызывает большой интерес, однако на сегодняшний день не существует четких теорий, рассматривающих этот феномен как основной концепт. Многие психологические теории, начиная с классических, лишь косвенно затрагивают тему успеха. Например, в работах З. Фрейда вопрос успеха и его проявления не рассматриваются напрямую. Однако в более поздних трудах "отца психоанализа" можно найти концепции, связанный с "успешной" личностью. Успех, по мнению Фрейда, сопряжен с желанием получить максимальную любовь матери и стремлением превзойти отца. Это, по его мнению, и создает ощущение победы и уверенности в успехе, которые необходимы для его достижения [41].

А. Адлер в индивидуальной психологии предлагает более ясное представление о успехе и его достижении. Он считает, что жизнь не может быть полноценной без постоянного стремления к росту и развитию. В социокультурной теории К. Хорни стремление к власти, уважению и успеху интерпретируется как невротическое желание снизить уровень тревожности.

Э. Фромм подмечал, что в середине XX века преобладает рыночный подход, для которого успех становится важнейшей жизненной ценностью. В этом контексте личностный фактор играет ключевую роль в достижении успеха. Теория транзактного анализа Э. Берна предлагает уникальное понимание успеха, утверждая, что для различения "успешных" и "неуспешных" сценариев необходимо четко определить, что такое успех: победитель — это тот, кто достиг результатов в тех делах, которые он изначально намеревался реализовать [28].

Социобиохевиористский подход представляет собой другой взгляд на успех, связывая успешное поведение с социальными факторами. Концепция "научения через наблюдение" играет ключевую роль в формировании любого поведения, в том числе и успешного. Человек, наблюдая за моделями успеха, обучается становиться успешным.

Диспозиционная теория личности исследует успех с двух сторон: через особенности и типы личности. Представители этой теории, такие как Г.

Олпорт, Г. Айзенк и Р. Кеттел, утверждают, что успех зависит от определенных личностных черт. Формирование личности, по их мнению, основано на осознании своих способностей, что включает индивидуализацию жизни, самосознание и саморазвитие. Г. Олпорт отмечает, что успешная личность определяется склонностями, которые сопровождают ее на протяжении всей жизни [51].

В обсуждении типов личных predispositions, связанных с достижением успеха, Г. Олпорт выделял кардинальную predisposition, которая оказывает глубокое влияние на личность. Эта predisposition настолько значима, что большинство поступков человека можно объяснить её воздействием. Олпорт утверждал, что кардинальная predisposition встречается только у немногих, однако она может сделать своего обладателя выдающейся фигурой в обществе, достигшей признания и значительных успехов в своей области.

Интересен подход Р. Ассаджиоли, представленным в рамках психосинтеза, который касается типов личности. Согласно данной типологии, люди, добивающиеся успеха, стремятся к личностной интеграции и осознанию своего истинного "Я". Ассаджиоли полагал, что для достижения этой цели нужно осознать свой тип личности и суметь управлять его характеристиками. Успешное поведение предполагает выполнение личностью трёх задач: выражения, контроля и гармонизации, в зависимости от её типа [46].

Задача выражения заключается в принятии своего типа. Это означает, что в процессе достижения целей человеку важно оценить свои возможности в выбранной области, понимать, какие навыки помогут достичь успеха, а какие могут стать помехами. Ассаджиоли считал необходимым сознательно применять свои таланты и преодолевать ограничения, присущие психологическому типу.

Контроль — это задача, связанная с исправлением дисгармоничных и чрезмерных проявлений своего типа. Со временем избыточные проявления

могут блокировать привычное поведение человека. Поэтому, по мнению Ассаджиоли, на пути к успешной жизни важно сознательно управлять своими сильными сторонами, удерживая их в определённых пределах.

Третья задача, гармонизация, получает особое внимание в психосинтезе. Она предполагает развитие слабых сторон личности. Гармонично развитый и разносторонний человек повышает свои шансы на успех в самореализации и интеграции. В этом контексте важной чертой, способствующей достижению гармонии, является сила воли, то есть способность преодолевать внутреннее сопротивление изменениям [51].

Также следует обратить внимание на концепцию мотива достижения, которая имеет ключевое значение для понимания феномена успеха. Впервые мотив достижения был описан Г. Мюрреем как устойчивая предрасположенность к продуктивной деятельности и желание быстро и качественно выполнять задачи, достигая определённых результатов. Эта потребность проявляется во всех ситуациях достижения, независимо от конкретного контекста.

Исследования Д. Мак-Клелланда и его коллег выделили два типа мотива достижения: стремление к успеху и желание избежать неудач. Люди, мотивированные на успех, склонны к расчетливым рискам. Они не получают удовлетворения от простых задач и избегают слишком сложных, так как вероятность неуспеха в них велика. В этом случае результат зависит от собственных усилий личности. У тех, кто сосредоточен на избегании неудач, выбор простых задач обеспечивает успех, а неудачи в сложных задачах не воспринимаются как личные, объясняясь высокой сложностью самой задачи [49].

Дж. Аткинсон, взаимодействуя с Д. Мак-Клелландом, утверждал, что мотивация к достижению является основным двигателем деловой активности, способствующим экономическому прогрессу. Он предложил "модель рискованного выбора" как математическое представление мотивационного процесса. В этой модели выделяются три важные

переменные: 1) ожидание, которое подразумевает предсказание того, что определённые действия приведут к конкретным результатам; 2) ценность, отражающая относительную привлекательность или непривлекательность действий и их последствий; 3) мотив, представляющий собой относительно устойчивую обобщённую черту личности.

Работы Х. Хекхаузена оказали значительное влияние на изучение мотивации достижения. Он отмечал, что в своей основной форме критерий успешности формулируется через противоположности: успех и неудача, хорошо и плохо. При длительном взаимодействии с окружающей средой, ориентированном на достижение, критерии успешности становятся более конкретными: они могут быть связаны с задачей (например, уровень мастерства как итог деятельности) или с личностью (например, сравнение с прошлыми достижениями). Таким образом, мотивацию достижения можно рассматривать как стремление повысить или сохранить способности человека на максимально высоком уровне во всех видах деятельности, где применимы критерии успешности, что, в свою очередь, может привести к успеху или неудаче [38].

М.Ш. Магомед-Эминов, изучая различные подходы к мотивации достижения, обращает внимание на их недостатки, отмечая, что они в основном рассматривают мотивацию как исключительно когнитивный процесс. Он подчеркивает, что многие из этих подходов игнорируют многокомпонентность мотивации, включая эмоциональные и другие аспекты психики. Современные исследования, фокусирующиеся на избегании успеха или страхе его достижения, подтвердили, что это явление имеет интрапсихические и социокультурные корни [48].

Ф. Салили выявил существование двух основных форм достижений — аффилиативных и индивидуально-соревновательных, показывая, что страх успеха может выступать в роли замещающей формы достижения, особенно через личные связи с теми, с кем индивид себя ассоциирует. Л. Монахан, П. Шецвер и другие исследователи рассматривают страх успеха как феномен,

поддерживающий культурные нормы. Этот страх может проявляться как у мужчин, так и у женщин, ограничивая стремления к достижениям. Когда успех сопряжён с негативными последствиями, страх может возрастать, а его отсутствие, наоборот, характеризует ситуации, когда успех обещает социальное одобрение.

В области российской психологии вопрос успеха изучен недостаточно. Существующая теория деятельности больше акцентирует внимание на понятии «успешность деятельности», нежели на самом феномене успеха. В связи с этим мы можем лишь рассмотреть отдельные аспекты, относящиеся к понятию успеха.

Например, концепция смысла жизни, разработанная такими авторами, как К. Абульханова-Славская, И. Ведин, И. Кон и Л. Коган, рассматривает успех через призму субъектности личности и ее активной жизненной позиции. Л. Анцыферова уделяла внимание когнитивному аспекту успеха, задавая вопросы о значении запланированных и уже совершенных действий, а также о том, какой смысл человек придает достигнутому успеху, оценивая результаты и строя планы на будущее. В данной интерпретации успех можно понять как преодоление трудных жизненных ситуаций с активацией эффективной жизненной стратегии [41].

Согласно определению Белкина А.С., «успех – это переживание удовлетворения и радости от того, что достигнутый результат совпадает с ожидаемым или превосходит его» [Белкин, с. 30]. С точки зрения социальной психологии, «успех – это оптимальное соотношение ожиданий окружающих и результатов деятельности личности». Успех можно считать достигнутым, когда личные ожидания совпадают или превышают ожидания других [Белкин, с. 30]. В этих определениях важную роль играют предвидение и прогнозирование последствий своих действий, при этом успех отличается от удачи тем, что планируемый и подготовленный результат обуславливает его, в то время как удача воспринимается как сочетание удачных обстоятельств.

Батурин Н.А. выделяет три основных значения термина «успех». Первое – это объективная оценка результата деятельности, превышающая нормативный уровень. Второе значение заключается в субъективной оценке собственных достижений с точки зрения поставленных личных целей. Третье понимание успеха связано с психическим состоянием, которое возникает в результате достижения значимого результата [3, С. 6–7].

Многие источники классифицируют успех на «внутренний» и «внешний». Внутренний успех определяется как достижение важной цели, связанной с преодолением препятствий (Н.В. Самоукина), в то время как внешний успех трактуется как социальное признание и популярность, обусловленная оценкой со стороны значимых других (Тульчинский, 1990). Чаще всего исследователи объединяют оба типа успеха. Например, Е.М. Корж считает успехом достижение целей, которые являются значимыми для общества и группы, а также получение личного удовлетворения (Корж, 2008, С. 32). О.И. Ефремова и В.А. Лабунская кратко определяют успех как положительный результат достижения значимых целей, соответствующих социальным ориентирам.

Некоторые российские исследователи предлагают аналогичные классификации типов успеха. В частности, О.И. Ефремова и В.А. Лабунская (1999) выделяют следующие виды успеха [32]:

1) «успех-популярность» — это форма общественного признания способностей, талантов и одаренности личности, которая характерна для конкурентного рыночного общества;

2) «успех как признание авторитетными и значимыми другими» — это признание важных достижений в значимых для человека областях жизни людьми, которые имеют для него особую ценность. Эта форма характерна более адекватной самооценкой, поскольку не зависит от общего признания, а основывается на целенаправленной стратегии достижения;

3) «успех как преодоление и самоопределение» — это процесс решения жизненных трудностей и противоречий, а также стремление к самовыражению и самореализации;

4) «успех-призвание» — это получение удовлетворения от самого процесса достижения результата.

Таким образом, успех представляет собой многогранное понятие, которое исследуется в различных областях знаний, включая философию, психологию и социологию. Он тесно связан с активностью личности, мотивацией и самореализацией: успех достигается через осознание своих возможностей, преодоление трудностей и интеграцию личных целей с социальными ожиданиями.

1.3. Реальный и транслируемый в цифровой среде «образ Я»

Постоянные перемены в современном обществе, особенно в связи с возрастающим влиянием цифровых технологий, поднимают вопросы о формировании идентичности. Для этой возрастной категории процесс идентификации имеет огромное значение, учитывая их возрастные особенности и активное участие в интернет-пространстве. Идентичность осуществляет множество функций: она помогает человеку ориентироваться в окружающей реальности, формирует систему ценностей и добавляет целостность и стабильность личности. Также она способствует регулированию поведения, разделяя людей на разные социальные группы и объединяя с важными для них сообществами. Исследование формирования идентичности у различных поколений в контексте традиционной и цифровой социализации предоставляет возможность глубже понять психологические изменения, которые происходят с современным человеком на стыке реального и виртуального миров [20].

Э. Эриксон анализировал сложную многоуровневую структуру идентичности, акцентируя внимание на ее формировании в процессе

социально-психологического развития и подчеркивая значимость солидарности с групповыми идеалами и самокатегоризации. С. Московичи представил концепцию "идентификационной матрицы", которая описывает разнообразие идентичностей, возникающих в результате взаимодействия групп и индивидуумов. Г. Тэджфел и Дж. Тернер исследовали социальную идентичность как часть самовосприятия, формирующуюся через процессы категоризации и социального сравнения, что влияет на групповые принадлежности и создает систему "свои — чужие". Теория социальной идентичности различает социальной и личностной идентичности, которые интегрируются в индивидуальную позицию в социальной структуре, формируя иерархию категорий от более значимых к менее важным и их восприятие в временной перспективе [51].

Исследования в области цифровой среды подчеркивают возможности самоконструирования в виртуальном пространстве, где люди стремятся исследовать новые границы и личные самоопределения, создавая различные образы себя. На начальном этапе виртуальная идентичность воспринималась как способ выведения "идеального Я" в условиях кризиса и неудовлетворенности, что приводило к изменению самосознания. Вопрос о цифровой идентичности часто обсуждается в контексте ее интеграции в реальную, как ее проекции в виртуальной среде. Более современные исследования сосредоточены на устойчивости цифровой идентичности и ее возможностях самопрезентации в реальном мире [54].

Исследования в рамках культурно-исторической парадигмы цифровой социализации и смешанной реальности подчеркивают еще один потенциальный путь трансформации идентичности в контексте цифровизации повседневной жизни. Значение цифровых социокультурных практик и их реализация в онлайн-пространствах содействует возникновению гибридной идентичности, которая объединяет черты виртуального и реального миров в условиях смешанной реальности.

Человеческие взгляды на себя имеют фундаментальное значение для управления различными видами поведения, формирования социальных связей, развития личности, а также для поддержания психологического благополучия и здоровья. В области психологии существует множество терминов, описывающих разные аспекты самоощущения и установок личности, такие как Я-концепция, Я-образ, самоидентичность, Я-схема, самооценка и самоотношение. Эти термины имеют различное содержание и взаимосвязи, которые могут трактоваться через разные подходы [27].

Представления о себе могут носить качественный характер, что означает использование понятий Я-концепции и Я-образа. Когда речь идет о количественном и оценочном восприятии своего «я», обычно используется термин самооценка. Полезное различие между Я-концепцией и Я-образом заключается в том, что первая опирается на когнитивные процессы и представляет собой реалистичное самосознание, тогда как вторая более связана с мотивационными аспектами и способствует созданию различных образов себя, включая идеализированные и адаптированные для социальных взаимодействий.

Изучение формирования представлений о себе, особенно в контексте конструирования Я-образа, становится особенно актуальным с учетом развития цифровых технологий и онлайн-коммуникаций. Данная статья посвящена исследованию влияния цифрового пространства на процесс формирования Я-образа и Я-концепции личности, опираясь на обзор и анализ современных психологических исследований [33].

Современные сетевые технологии появились сравнительно недавно в историческом контексте, а их массовое распространение началось примерно два десятилетия назад. За этот период они заняли важное место в повседневной жизни и деловой активности большинства людей. Для молодежи эти технологии стали естественной средой обитания, с которой они знакомятся с самого рождения.

Жизнь в цифровом мире и участие в сетевых коммуникациях имеют ряд важных особенностей, которые влияют на формирование самовосприятия, концепции себя и идентичности человека. Во-первых, индивидуум получает возможность взаимодействовать с множеством новых социальных групп, создавая новые социальные идентичности, которые интегрируются в его самоконтроль. Во-вторых, участие в различных виртуальных сообществах, а также легкость присоединения и выхода из них содействуют гибкости и разнообразию в установлении социальных связей, ранее недоступных для человека [25].

Третьим аспектом является то, что множество онлайн-групп содействует формированию различных идентичностей и созданию различных образов себя, которые демонстрируются различным аудиториям. Четвертое: техноопосредованность общения и особенности цифровых платформ позволяют на небывалом уровне контролировать информацию о своем «я», включая возможность создания полностью вымышленных личностей, что затрудняет или даже делает невозможной проверку их подлинности со стороны партнеров.

В итоге, можно сделать вывод, что специфика онлайн-коммуникации и степень вовлеченности в цифровую среду, особенно выраженная у молодежи, чье взросление происходило в условиях цифровой реальности, создают предпосылки для изменений в самовосприятии и концепции себя, а также трансформации связанных с ними психологических процессов. Современная психология только приступает к осознанию масштаба и характера этих изменений [17].

Выделенные выше аспекты онлайн-общения действительно стали важным стимулом для психологического анализа поведения в цифровой среде. Они также способствовали формированию нового концептуального языка, который используется для изучения человеческого Я в условиях цифровых коммуникаций. В последние годы психологи стали активно употреблять термины такие, как «цифровое Я», «онлайн Я», «виртуальное Я»

и «цифровая идентичность». Несмотря на заметные различия в понимании этих понятий, они помогли выделить уникальные психологические явления и процессы, связанные с функционированием человеческого Я в виртуальной среде.

Одним из наиболее распространенных терминов является «виртуальное Я». В российской психологии этот термин нередко используют для обозначения любой формы онлайн-репрезентации личности. В зарубежных исследованиях, однако, данное понятие часто имеет более узкое значение и связано с аватаром, которым управляет человек в цифровом пространстве, особенно в играх. Психологическую значимость в этом контексте получает взаимодействие личностных черт человека и характеристик его аватара. Тем не менее, природа этих отношений остается до конца неразрешенной [29].

Некоторые исследования показывают, что виртуальное Я, представленное через аватар, может выступать в качестве расширения человеческого Я, интегрируясь в его представления о себе и процесс самоидентификации. Однако другая работа акцентирует внимание на важных различиях между Я-концепцией и виртуальным Я, которые обладают заметным психологическим значением. Например, А. Сух объясняет расхождения между характеристиками персонажа и пользователя, используя теорию расхождения Я: значительное несоответствие между актуальным и виртуальным Я способствует возникновению внутреннего конфликта. Т. Леменагер также указывает на то, что недостатки в Я-концепции могут усиливать идентификацию с виртуальным персонажем, что часто наблюдается у людей с интернет-зависимостью [38].

С другой стороны, виртуальное Я может не только отражать представления человека о себе, реальном или идеальном, но и оказывать влияние на его поведение и восприятие себя. В исследовании М. Реу, Ю. Янга и В. Пена установлено, что виртуальные персонажи могут использоваться в психологических интервенциях, способствующих ведению здорового образа жизни. Награждая персонажа определенными чертами

(например, стройностью), человек изменяет собственные представления о себе, что может привести к реальным изменениям в жизни. Реалистичность виртуальных персонажей, вызывающая значительные физиологические реакции, также способствует такому эффекту. Это свидетельствует о том, что виртуальное Я действительно интегрируется в личную идентичность, не просто отражая её, но и внося изменения [41].

Другие исследователи используют такие термины, как «цифровая идентичность» и «цифровое Я», чтобы охватить более широкий спектр проявлений человеческого Я в цифровом пространстве и онлайн-обменах. Например, Б. Руан и коллеги исследовали активность работников здравоохранения в социальных сетях, рассматривая цифровую идентичность и цифровое Я в рамках профессиональной идентичности. Установлено, что специалисты быстро формируют цифровой образ и модели поведения, адаптированные к конкретной сетевой аудитории, которые становятся частью их профессиональной идентичности.

К. Дэвисон предлагает схожее понимание, но в более широком контексте психологических теорий идентичности. Она утверждает, что цифровая идентичность возникает в результате осознанных попыток создать образ себя в глазах окружающих через выбор информации, которую человек распространяет. На вопрос о том, отличается ли формирование цифровой идентичности от идентичности в реальной жизни, она отвечает отрицательно. При использовании онлайн-коммуникаций люди обычно демонстрируют поведение, определяющееся их «реальным Я». Такие связи, возникающие в социальных сетях, требуют крепкой связи с реальным Я для поддержания стабильных отношений, тогда как разнообразие ролей и аудиторий содействует созданию множества идентичностей, связанных с человеческим Я.

Таким образом, влияние цифровых технологий на формирование идентичности становится все более актуальным, особенно для молодежной аудитории, выросшей в цифровой среде. Процесс самоидентификации и

самовосприятия многократно усложняется за счет гибкости и разнообразия виртуальной идентичности, позволяющих формировать и демонстрировать различные образы себя в онлайн-коммуникациях. Важно отметить, что виртуальное Я не только отражает реальную идентичность, но и активно влияет на поведение и восприятие себя людей в реальном мире.

Выводы по главе

1. «Образ Я» является ключевым понятием в психологии, педагогике и социально-гуманитарных науках. Он представляет собой сложную конструкцию, включающую самооценку и самоидентификацию, влияющую на развитие личности и индивидуальности. Изучение «образа Я» важно для специалистов, так как положительная самооценка способствует успешному взаимодействию с обществом. В современных исследованиях акцентируется внимание на динамичности этого образа, его трансформации на протяжении жизни и влиянии социальных факторов, когда формируется самоотношение и восприятие физического «Я».

2. Успешность — это многогранное явление, относящееся к активности человека, самоорганизации и самореализации. Философы и психологи исследовали его через призму счастья, мотивации, личностных характеристик и социальных факторов. Успех может быть внутренним (связан с личными достижениями) и внешним (социальное признание). Исследования также выделяют страх успеха как важный фактор, влияющий на стремление к достижениям. Это требует осознания своих возможностей и гармонизации личности для достижения успеха.

3. Современное общество, особенно молодежь, находится под значительным влиянием цифровых технологий, что меняет процесс формирования идентичности. Идентичность, включая Я-концепцию и Я-образ, становится гибкой, позволяя человеку взаимодействовать с новыми социальными группами онлайн. Это создает возможность для самопрезентации и может порождать внутренние конфликты. Психология

только начинает осознавать масштаб этих изменений, исследуя такие понятия, как «виртуальное Я» и «цифровая идентичность», которые влияют на самовосприятие и социальные связи.

ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕАЛЬНОГО И ТРАНСЛИРУЕМОГО В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ «ОБРАЗ Я» УСПЕШНЫХ ЖЕНЩИН

2.1. Организация исследования

Цель исследования: изучить особенности реального и транслируемого в цифровой среде «образ Я» успешных женщин.

Задачи исследования

- 1.Подобрать методики для исследования.
- 2.Провести эмпирическое исследование.
- 3.Проанализировать результаты исследования реального и транслируемого в цифровой среде «образ Я» успешных женщин.

Объект исследования: успешные женщины.

Предмет исследования: реальный и транслируемый в цифровой среде «образ Я» успешных женщин.

Гипотеза исследования: Гипотеза исследования заключается в том, что реальный "образ Я" успешных женщин значительно отличается от их транслируемого цифрового имиджа, что проявляется в различиях в самооценке, социальных ролях и ожиданиях, связанных с успехом.

Вид исследования: эмпирическое исследование.

Необходимая (планируемая выборка): Выборка состояла из 40 женщин.

Методы: теоретический анализ литературы, тестирование, качественный и количественный методы исследования. методы математической статистики.

Методики исследования:

- 1.Тест-опросник самоотношения, ОСО
- 2.Методика исследования самоотношения, МИС
- 3.Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация В. В. Лазуриной)

4. Тест на самооценку личности по Будасси.

Исследование состояло из трех этапов.

На первом этапе составлялась выборка женщин.

На втором этапе проводилось исследование по выбранным методикам.

На третьем этапе исследования проводился анализ результатов исследования.

Для отбора участниц исследования использовались принципы целенаправленного выборочного отбора. Мы обращались к женщинам, работающим в различных сферах, таких как бизнес, наука, искусство и общественная деятельность, что способствовало получению разнообразных мнений и опытов. Каждая участница должна была иметь стабильный доход выше среднего уровня для своего региона, а также занимать руководящие или видные позиции в своих организациях.

2.2. Описание методик исследования

1. Опросник для оценки самоотношения, разработанный В.В. Столиным и С. Р. Пантилеевым в 1985 году, предназначен для определения уровня отношения испытуемого к себе. Методика позволяет выделить три уровня самоотношения, различающихся по степени общности: 1) глобальное самоотношение; 2) самоотношение, варьирующее по самоуважению, аутосимпатии, самоинтересу и ожиданиям по отношению к себе; 3) уровень конкретных поступков (готовности к ним) в отношении к своему «Я». Опросник включает 57 вопросов, на которые нужно ответить «да» или «нет». Методика включает следующие шкалы:

Шкала S — глобальное самоотношение, измеряющая общее чувство «за» или «против» своего «Я»;

Шкала I — самоуважение;

Шкала II — аутосимпатия;

Шкала III — ожидания от других;

Шкала IV — самоинтерес.

Кроме того, выделяются семь шкал, направленных на измерение степени установки на различные внутренние действия по отношению к своему «Я» у респондента:

Шкала 1 — самоуверенность;

Шкала 2 — отношение со стороны других;

Шкала 3 — самопринятие;

Шкала 4 — самоуправление и последовательность;

Шкала 5 — самообвинение;

Шкала 6 — самоинтерес;

Шкала 7 — самопонимание.

2. Методика исследования самоотношения, МИС. Многофакторный опросник для исследования самоотношения (МИС) был разработан С.Р. Пантилеевым в 1989 году и включает 110 утверждений, распределённых по 9 шкалам. Этот инструмент предназначен для глубокого анализа самосознания личности и охватывает различные аспекты, такие как когнитивные, динамические и интегральные. Что касается сферы применения МИС, стоит отметить её эффективность в индивидуальном консультировании осуждённых, поскольку методика помогает выявлять внутриличностные конфликты.

3. Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация В. В. Лазуриной) представляет собой методику самоописания с открытой формой, без стандартизированных ответов, и была предложена в 1954 году. Эта методика имеет несколько русскоязычных версий.

Общее количество ответов, предоставленных за заданный период, позволяет косвенно оценить уровень личной рефлексии: чем больше ответов дано, тем выше этот уровень.

Интерпретация оценок:

- Адекватной считается самооценка, где соотношение положительных и отрицательных качеств составляет 65-80% к 35-20%.

- Неадекватно завышенной будет самооценка, если положительные качества составляют 85-100% к отрицательным, что указывает на отсутствие недостатков или их долю 15% (от общего числа качеств).

- Неадекватно заниженной считается самооценка, если отрицательные качества составляют 50-100% к положительным, то есть человек считает, что у него нет достоинств или их доля достигает 50%.

- Неустойчивой является самооценка, в которой соотношение положительных и отрицательных качеств составляет 50-55%.

Использование знака «плюс-минус» ($\pm$) демонстрирует способность человека рассматривать явления с разных точек зрения и указывает на его эмоциональную уравновешенность. Можно условно выделить три типа людей: эмоционально-полярный, уравновешенный и сомневающийся.

Эмоционально-полярный тип характеризуется отсутствием или почти полным отсутствием знаков $\pm$, что свидетельствует о дихотомичном мышлении. Уравновешенный тип имеет 10-20% знаков $\pm$, что считается нормой, а сомневающийся тип – более 30-40%, что может указывать на кризис или нерешительность.

Знак «?» в оценке личных качеств указывает на способность человека справляться с внутренней неопределенностью и готовность к изменениям. Этот знак используется редко: только 20% обследуемых ставят его один или два раза. Три и более знака «?» свидетельствуют о возможных кризисных переживаниях человека.

Всевозможные применения знаков $\pm$ и «?» при самооценивании считаются положительными признаками прогресса в процессе консультирования.

4. Тест на самооценку личности по методике Будасси. Тест самооценки личности, разработанный С.А. Будасси, позволяет количественно исследовать уровень самооценки личности. Основанная на методе ранжирования, данная методика ориентирована на психодиагностику самосознания, самоотношения и самооценки, что помогает глубже понять и

оценить собственное "Я". "Я-концепция" формируется из "Я-реального" и "Я-идеального" и играет важную роль в выборе поведения, что влияет на действия человека во всех сферах жизни, включая общение с окружающими.

Анализ "Я-образа" включает два ключевых аспекта: самопознание и самоотношение. В процессе жизни человек накапливает знания о себе, которые формируют его представления о себе и составляют его "Я-концепцию". Эти знания не просто информация; они вызывают эмоции и оценки, влияя на самоотношение. Не все аспекты "Я-образа" доступны для сознательного осознания, некоторые из них могут быть скрытыми и бессознательными. Тест помогает выявить такие аспекты.

В рамках теста на самооценку личности исследуются "Я-реальное" и "Я-идеальное". Участникам предлагается список из 48 личностных свойств, и они должны выбрать 20, наибольшим образом характеризующих их идеальную личность ("мой идеал"). Важно заметить, что здесь могут присутствовать как положительные, так и отрицательные качества. Из выбранных свойств участники должны построить эталонный ряд d1, упорядоченный по значимости: на первом месте – наиболее предпочтительные качества, на последнем – наименее привлекательные. Участникам необходимо следить за уникальностью рангов.

Люди с завышенной самооценкой часто ставят перед собой недостижимые цели, что может привести к высокомерию и эгоцентризму. Неадекватная самооценка и завышенные ожидания приводят к самоуверенности и игнорированию права на ошибки. Излишняя самоуверенность часто является результатом стилей воспитания и может способствовать отсутствию самоконтроля, что, в свою очередь, ведет к ошибочным решениям и рискованным поступкам. Это также значительно снижает уровень безопасности и эффективности их жизни.

Люди с низкой самооценкой, напротив, часто ставят себе менее амбициозные цели и преувеличивают значение своих неудач. В их случае наблюдается чрезмерная неуверенность, которая может проявляться в таких

качествах, как смирение и пассивность. Они могут казаться окружающим замкнутыми или недоброжелательными, что приводит к социальной изоляции.

Различные субъективные факторы, такие как особенности темперамента, могут влиять на неуверенность. Преодоление этой неуверенности может быть затруднено из-за недостатка веры в свои возможности, однако это возможно и необходимо, поскольку значительно улучшает качество жизни.

Нормальной считается адекватная самооценка, при которой человек осознает и принимает как свои сильные стороны, так и недостатки. Оптимальная самооценка, основанная на уверенности, формируется на основе опыта и знаний. Уверенный в себе человек способен устанавливать реалистичные цели и адекватно реагировать на ошибки, анализируя их, чтобы избежать повторения в будущем. Развивать адекватную самооценку можно посредством самопознания, что позволит лучше контролировать свое поведение и активно заниматься саморазвитием.

5. Анализ транслируемого «образа Я» проводился по следующим критериям:

Образ самого человека: наличие фото, использование фильтров, обновление (частота). Максимальный балл 3, минимальный 0.

Социальная активность: семья, известные люди, обновление (частота). Максимальный балл 3, минимальный 0.

Содержание деятельности: достижения, тематические посты, обновления (частота). Максимальный балл 3, минимальный 0.

В результате были составлены следующие критерии:

Критерии оценки транслируемого «образа Я» у успешных женщин

1. Образ самого человека.

- Высокий (3 балла): Регулярное обновление фото (не реже 1 раза в неделю), качественные изображения без чрезмерных фильтров, демонстрирующие уверенное, привлекательное выражение лица.

- Средний (2 балла): Фото обновляются раз в 2-3 недели, иногда используются фильтры, в целом изображения адекватные, но не всегда вызывают позитивные эмоции.

- Низкий (1 балл): Фото обновляются редко (раз в месяц и реже), качество изображений низкое или чрезмерно завуалированное фильтрами, выражение лица не вызывает доверия или же фото не автора страницы.

2. Социальная активность:

- Высокий (3 балла): Активное взаимодействие с подписчиками (комментарии, истории), регулярные посты о семье и социальных связях (не менее 2 раз в неделю), публикации с известными личностями.

- Средний (2 балла): Взаимодействие с подписчиками присутствует, но sporadically (раз в неделю или реже), редкие посты о семье (раз в месяц) и известные личности.

- Низкий (1 балл): Минимальное взаимодействие с подписчиками, публикации о семье очень редки (раз в 2-3 месяца), практически нет информации об известных людях.

3. Содержание деятельности

- Высокий (3 балла): Регулярные посты о достижениях (не реже 1 раза в неделю), тематические публикации, которые демонстрируют профессиональные успехи и личностный рост.

- Средний (2 балла): Публикации о достижениях случаются (раз в 2-3 недели), содержат общую информацию, не всегда связаны с конкретными успехами или тематиками.

- Низкий (1 балл): Редкие публикации о деятельности (раз в месяц), которые не дают представления о личных или профессиональных успехах.

- 0 баллов: Нет публикаций о деятельности или аккаунт закрыт.

Итоги по уровню сформированности транслируемого «образа Я»:

- Высокий уровень (7-9 баллов): Четко выраженный и вовлеченный образ, активное общение и постоянное обновление контента.

- Средний уровень (4-6 баллов): Образ, требующий доработки, с некоторой активностью, но редкими или неполными обновлениями.

- Низкий уровень (0-3 балла): Слабый или отсутствующий образ, недостаточная активность и отсутствие значимого контента.

Эти критерии помогут оценивать уровень сформированности транслируемого «образа Я» у успешных женщин и выявить области для улучшения.

2.3 Анализ результатов исследования реального и транслируемого в цифровой среде «образ Я» успешных женщин

Целью исследования явилось исследование изучить особенностей реального и транслируемого в цифровой среде «образа Я» успешных женщин. В исследовании принимали участие 40 женщин. Для исследования были отобраны выше описанные методики. Проанализируем подробно результаты исследования.

Сначала была проведена методика на выявление самоотношения женщин по методике разработанной В.В. Столиным и С. Р. Пантеевым.

В результате были получены следующие данные, представленные на рисунке 1.

По данным таблицы для наглядности построим диаграмму:

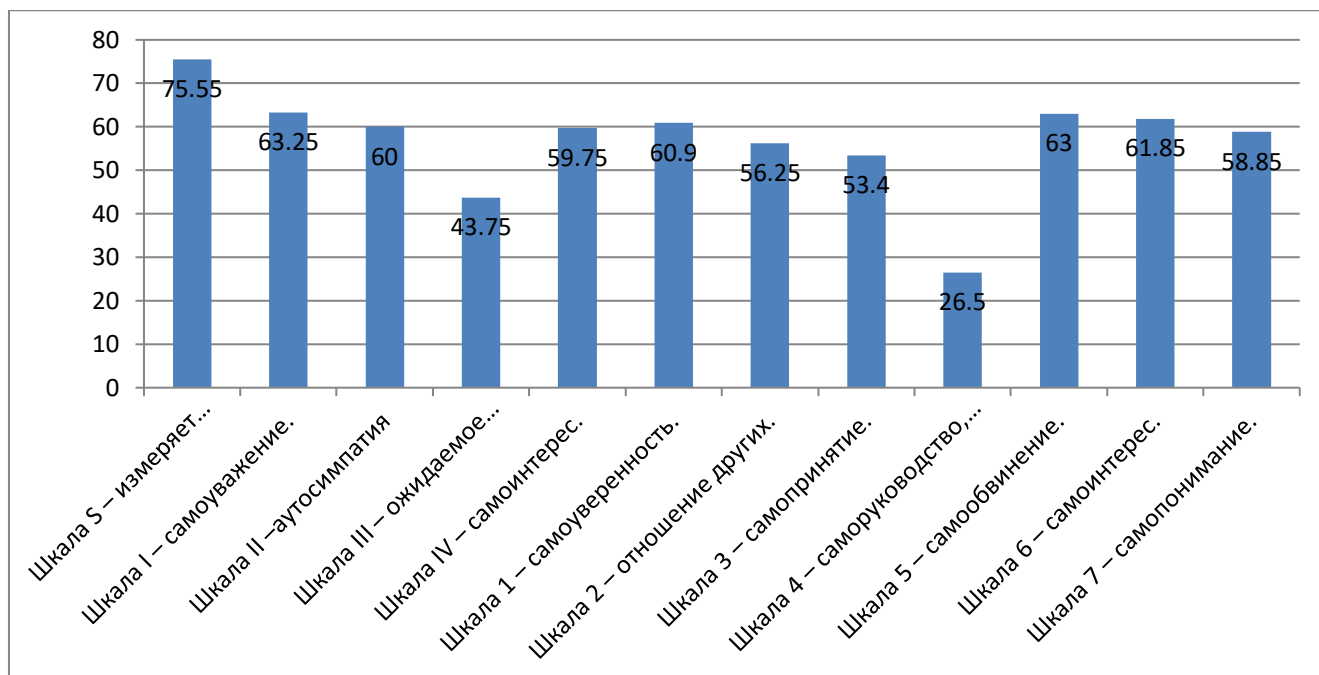


Рисунок 1. Результаты исследования самоотношения женщин

Результаты исследования самоотношений женщин, проведенного с использованием предложенного опросника, позволяют глубже понять аспекты их внутреннего мира и самооценки. В первую очередь, стоит обратить внимание на уровень «реального образа», который составил 75,55 баллов. Этот показатель демонстрирует общее положительное восприятие себя, что указывает на наличие внутренней гармонии и удовлетворенности личностью.

По шкале самоуважения (63,25) наблюдается достаточно высокий уровень. Это свидетельствует о том, что женщины ощущают себя достойными уважения и имеют положительную самооценку в контексте социально-нормативных критериев, таких как моральные принципы, успехи и целеустремленность. Тем не менее, относительно низкий результат шкалы самоинтерес (59,75) может указывать на наличие потребностей в внутреннем развитии и заботе, подчеркивая желание больше инвестировать в свою личность и эмоциональное состояние.

В шкале аутосимпатии (60) также наблюдается приемлемый уровень положительного отношения к себе, что говорит о наличии некоторой

самоценности и принятии. Однако, шкала ожидаемого отношения от других (43,75) является тревожным маркером: она явно указывает на недостаточную уверенность в том, что окружающие воспринимают и одобряют их личность, что, в свою очередь, может вести к уровню внутренней неустроенности и самообвинения.

Шкалы самопринятия (53,4) и саморуководства (26,5) демонстрируют, что женщины испытывают существенные трудности с внутренней саморегуляцией, что может быть связано с низким уровнем уверенности в своих действиях и способности управлять своей жизнью. Это ощущение может быть усугублено высоким уровнем самообвинения (63), где женщины склонны придавать слишком большое значение своим ошибкам и недостаткам.

В то же время, высокая шкала внутренней конфликтности (63) указывает на наличие значительных внутренних противоречий и эмоциональных трудностей, что сопутствует сложным переживаниям. Такие показатели могут приводить к психологическим расстройствам, частой тревожности и депрессии.

В целом, данные результаты подчеркивают, что женщины испытывают положительное отношение к себе, однако есть серьезные проблемы в области самопринятия и саморегуляции. Значительный разрыв между ощущением самоуважения и необходимостью в принятии других указывает на сложность в оценке своего «Я» в глазах окружающих. Высокий уровень самообвинения и внутренней конфликтности создает неподходящие условия для здорового внутреннего самоотношения. Для улучшения этих показателей может быть полезна работа с психологами и терапевтами, направленная на развитие самопринятия, самосоциализации и осознания своих собственных достоинств и сильных сторон.

Далее была проведена методика МИС. Результаты представлены на рисунке 2.

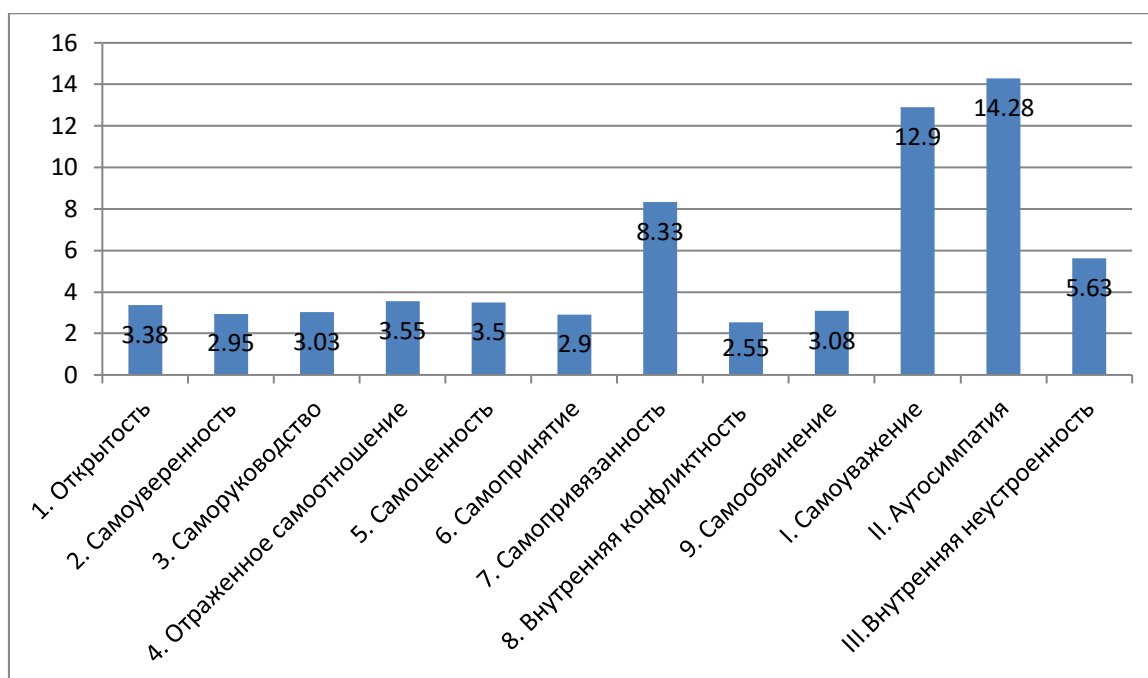


Рисунок 2. Результаты исследования по методике МИС

Исследование самоотношений женщин с применением методики МИС предоставляет ценные данные о многогранности «образа Я» и внутренней психологии респондентов. Методика, основанная на многомерном опроснике, включает девять шкал, каждая из которых освещает определённые аспекты самовосприятия и самоотношения.

Результаты исследования показывают, что в шкале открытости женщины набрали 3,38, что говорит о средней степени осознания и готовности делиться значимой информацией о себе. Это может указывать на умеренную рефлексивность и осознанность собственного внутреннего мира, что важно для личностного роста.

Шкала самоуверенности с результатом 2,95 демонстрирует тенденцию к неопределённости в отношении своих возможностей и качества «Я». Низкое значение свидетельствует о наличии сомнений жён в своих способностях и достижениях. Это может отражать проблемы с самооценкой и недостаток внутренней уверенности.

Результат по шкале саморуководства (3,03) также указывает на уровень зависимости от внешних обстоятельств, что может говорить о недостаточной

саморегуляции и склонности полагаться на внешние факторы, а не на собственные усилия в достижении успеха.

Шкала отражённого самоотношения, с результатом 3,55, показывает, что участницы исследования имеют умеренное представление о том, как они воспринимаются другими. Это может указывать на наличие потребности быть принятыми и понятыми окружающими, однако не в чрезмерной мере, что говорит о способности женщин к саморефлексии.

Самоценность (3,5) и самопринятие (2,9) имеют сбалансированные значения, что указывает на некоторую обеспокоенность о своей внутренней ценности, небольшое принятие себя с недостатками. Низкий балл по самопринятию может сигнализировать о проблемах с внутренней гармонией и принятия своей личности.

Шкала самопривязанности (8,33) имеет значительно более высокое значение, что говорит о высокой ригидности Я-концепции. Это может указывать на недостаток желания изменяться и нежелание пересматривать свои внутренние убеждения, что является защитным механизмом против внутренней тревожности.

Высокое значение внутренней конфликтности (2,55) в сочетании с оценками шкалы самообвинения (3,08) указывает на наличие внутренних переживаний и саморазрушительных тенденций. Женщины могут испытывать внутренние конфликты, которые сопровождаются чувством вины, что потенциально указывает на низкое самосознание. Этот фактор также может указывать на потребность в психологической помощи и поддержке.

Обобщая, результаты исследования показывают, что в целом женщины характеризуются гармонией в самоотношении, однако существуют определённые аспекты, требующие повышения рефлексивности, уверенности в себе и самопринятия. Этот обзор может служить основой для дальнейшей психообразовательной работы, направленной на поддержание и развитие

положительного самоотношения, а также психологического благополучия этих женщин.

Далее проводилась методика «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация В. В. Лазуриной). Результаты представлены на рисунке 3.

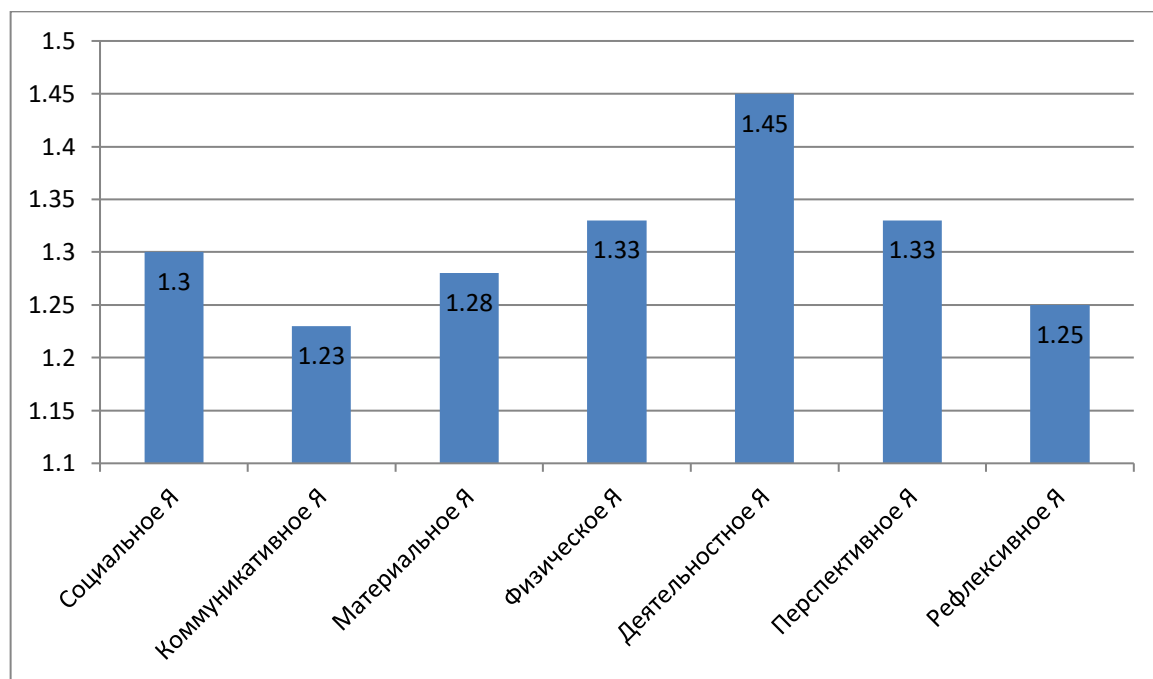


Рисунок 3. Результаты исследования по методике «Кто Я»

Исследование самоотношений женщин с использованием методики Куна – Макпартленда «Кто Я?» (в модификации Т.В. Румянцевой) позволяет получить ценную информацию о структуре и содержании самоидентификации. Методика предполагает открытую форму самоописания, что дает возможность испытуемым высказать свои мысли и чувства относительно себя, что является важным аспектом исследования личности.

Результаты исследования на шкалах «Социальное Я», «Коммуникативное Я», «Материальное Я», «Физическое Я», «Деятельностное Я», «Перспективное Я» и «Рефлексивное Я» продемонстрировали средние баллы, которые можно проанализировать, чтобы понять, как женщины воспринимают себя в различных контекстах.

Наивысший балл был получен в шкале «Деятельностное Я» (1,45), что свидетельствует о том, что испытуемые видят себя как активных участников в своих занятиях, обладают определенными интересами и целями. Это может указывать на высокую степень вовлеченности в различные виды деятельности, что является положительным знаком для эмоционального и психического благополучия.

Следом идет шкала «Физическое Я» (1,33), что также говорит о значимости физической идентичности для женщин. Это может отражать их заботу о здоровье и внешнем виде, что в современных условиях является актуальным, учитывая влияние медиа и общественных стандартов красоты.

Средние показатели для «Социального Я» (1,30) и «Перспективного Я» (1,33) также указывают на осознание женщины своей социальной роли и стремлений к будущему. Однако относительно низкие оценки для «Коммуникативного Я» (1,23) и «Рефлексивного Я» (1,25) могут говорить о том, что женщины пока не полностью осознают и ценят важность коммуникации и саморефлексии. Это может быть признаком недостаточного развития навыков взаимодействия с окружающими и низкого уровня внутренней рефлексии, что важно для личностного роста.

Таким образом, полученные результаты показывают, что акцент женщин больше лежит на деятельностных и физических аспектах самоидентификации, тогда как социальные и коммуникативные аспекты требуют большего внимания. Низкие баллы в шкалах «Коммуникативное Я» и «Рефлексивное Я» подчеркивают возможность работы над увеличением уверенности в самом себе и повышением значимости взаимодействия с окружающими, что, в свою очередь, может способствовать более гармоничному развитию личности и улучшению качества жизни.

В заключении, данный анализ самоотношений женщин с помощью методики «Кто Я?» демонстрирует необходимость акцентирования внимания на межличностных навыках и рефлексии, что может быть ключевым для дальнейшего развития их личной и социальной идентичности.

Далее проводилась методика самооценку личности по методике Будасси. Результаты представлены на рисунке 4.

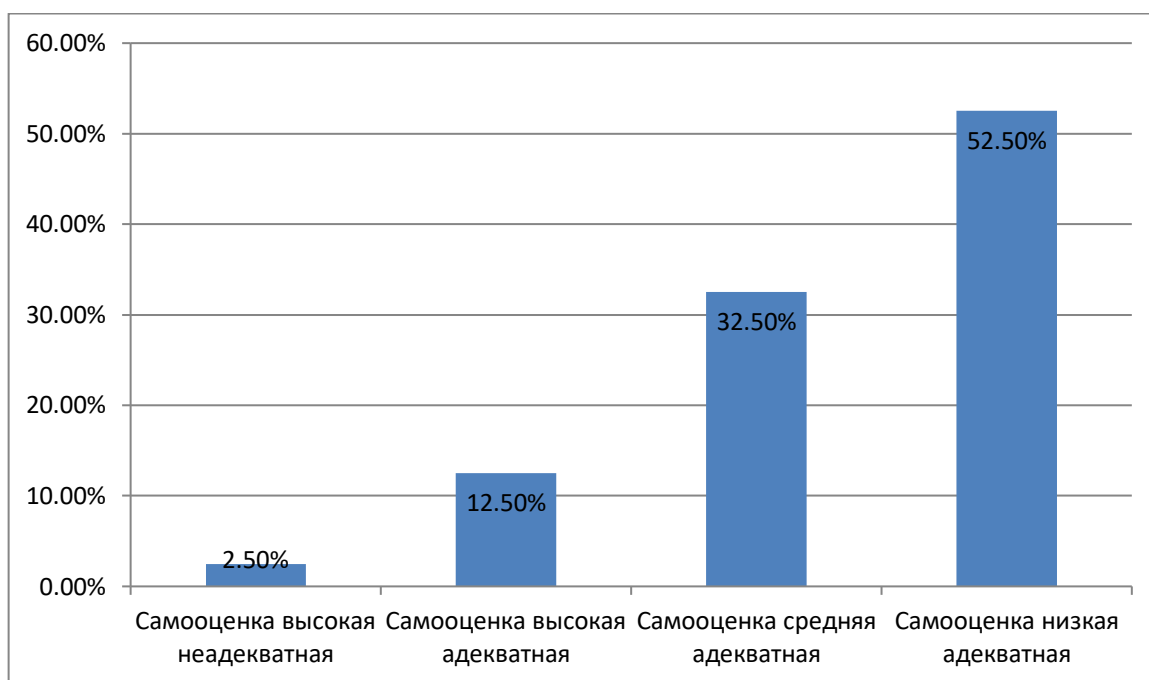


Рисунок 4. Результаты исследования самооценки женщин в группе

Коэффициенты, полученные в процессе анализа, отражают следующие уровни самооценки: высокая неадекватная (2,50%), высокая адекватная (12,50%), средняя адекватная (32,50%) и низкая адекватная (52,50%). Общая картина свидетельствует о том, что наиболее значительная доля женщин (52,50%) имеет низкую адекватную самооценку. Это указывает на наличие определенных проблем в восприятии себя, что может расцениваться как заниженная самооценка, когда женщины ставят перед собой более низкие цели, чем те, которые они могли бы достигнуть, и преувеличивают значение своих неудач. Такая динамика может формировать у них комплекс неполноценности, склонность к пассивности и избеганию активного взаимодействия с окружающими.

Женщины с низкой адекватной самооценкой могут часто восприниматься как недостаточно уверенные в себе, их поведение может характеризоваться нерешительностью, замкнутостью и даже

настороженностью в общении. Это приводит к изоляции и одиночеству, что подчеркивает необходимость более глубокого анализа их социального взаимодействия и эмоционального состояния.

Сравнительно меньшая, но все же заметная часть женщин продемонстрировала среднюю (32,50%) и высокую адекватную (12,50%) самооценку. Это подтверждает наличие некоторых положительных тенденций в самоидентификации и восприятии себя, что может говорить о более здоровом отношении к своим достижениям и недостаткам. Тем не менее, высокая неадекватная самооценка у 2,50% женщин свидетельствует о наличии гипертрофированного восприятия себя, перерождающегося в высокомерие и эгоцентризм. Такие женщины могут сталкиваться с проблемами в достижении целей, поскольку завышенные требования к своим возможностям не совпадают с реальной ситуацией.

Общая тенденция, выявленная в исследовании, включает в себя высокую долю женщин с низкой самооценкой, что может отражать влияние социального окружения, воспитания и культурных стандартов на процесс самооценивания. Субъективные факторы, такие как темперамент, также могут играть важную роль в формировании самооценки, значительно влияя на уверенность женщин в себе. Таким образом, работа над развитием адекватной самооценки становится особенно актуальной, поскольку это является основой для формирования уверенности, самоуважения и желания стремиться к самосовершенствованию.

Конкретные рекомендации по улучшению ситуации могут включать в себя мероприятия по самопознанию, повышению уверенности в своих возможностях и коррекции восприятия себя. Образовательные программы, темы личностного роста и взаимодействие в поддерживающих группах также могут сыграть важную роль в стиле поддержки женщин, стремящихся к улучшению своей самооценки.

Далее нами проводилось исследование транслируемого образа женщин. Для этого нами был проведен анализ социальных сетей женщин, которые

принимали участие в исследовании. Результаты исследования транслируемого образа представлен на рисунке 5.

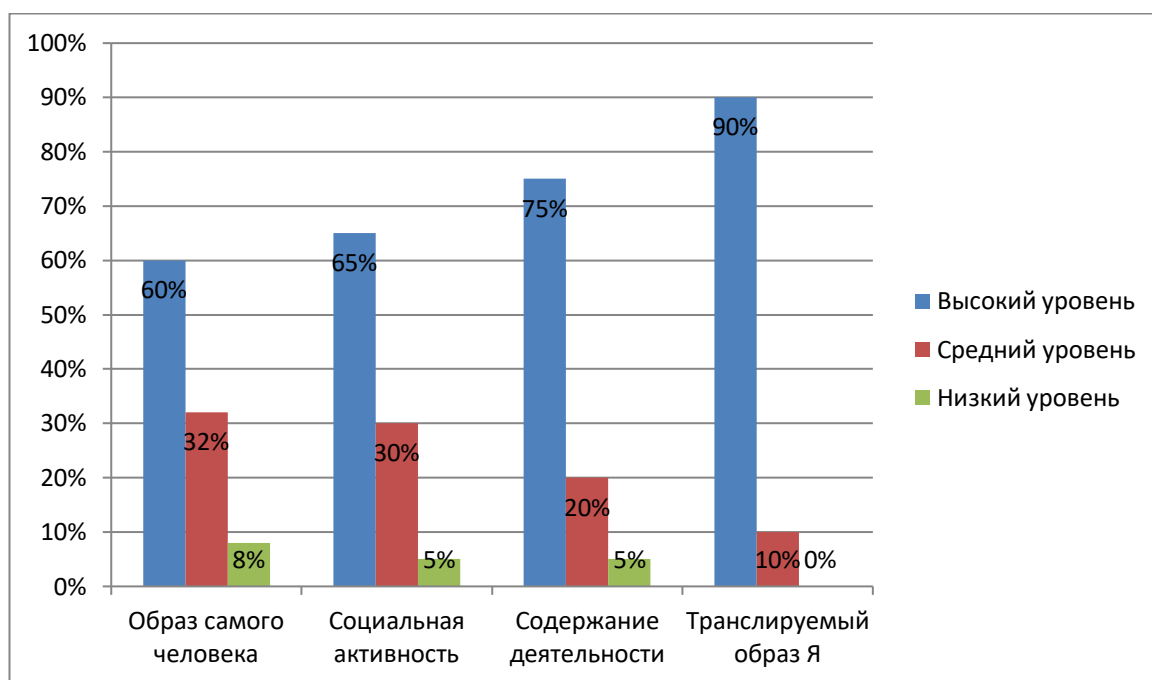


Рисунок 5. Результаты исследования транслируемого «образа Я»

Результаты исследования, проведенного с целью анализа транслируемого «образа Я» у успешных женщин, демонстрируют значимые различия в отношении к собственному имиджу, социальной активности и содержанию деятельности. Исследование проводилось по трем ключевым критериям, каждый из которых оценивался по системе баллов от 0 до 3.

По критерию «Образ самого человека» 60% женщин продемонстрировали высокий уровень, что свидетельствует о том, что большинство участниц регулярно обновляют свои фотографии, поддерживая высокое качество изображений и создавая положительное впечатление. 32% женщин со средним уровнем демонстрируют менее частые обновления и использование фильтров, что может указывать на недостаточный акцент на своем имидже. Лишь 8% участниц показывают низкий уровень, что свидетельствует о редком обновлении и низком качестве фотографий, которые даже могут не вызывать доверия.

По критерию «Социальная активность» высокий уровень наблюдается в 65% случаев, что также указывает на активное взаимодействие с подписчиками, частые публикации о семье и общение с известными людьми. Средний уровень (30%) свидетельствует о sporadic-активности, когда взаимодействия происходят не так часто, как хотелось бы. Низкий уровень зафиксирован только у 5% женщин, что говорит о значительном количестве участниц, проявляющих интерес к социальной активности и взаимодействию в сети.

Анализ по критерию «Содержание деятельности» показывает еще более впечатляющие результаты: 75% женщин показывает высокий уровень, с регулярными публикациями о достижениях и развитии. Это наглядно демонстрирует, что успешные женщины активны не только в визуальном представлении себя, но и в продвижении своей профессиональной деятельности. Средний уровень (20%) указывает на наличие публикаций, но не всегда они хорошо формулируют достижения. Низкий уровень зафиксирован у 5% женщин, что также говорит о том, что общее количество актуальных публикаций о деятельности достаточно велико.

Итоговая оценка транслируемого «образа Я» демонстрирует, что 90% участниц находятся на высоком уровне, обладая четким и убедительным образом с активным взаимодействием и постоянным обновлением контента. Только 10% участников имеют средний уровень, при этом не зафиксировано женщин с низким уровнем сформированности образа. Это свидетельствует о прогрессе и зрелости успешных женщин в осознании и подаче своего образа, а также о стремлении к самопрезентации в выгодном свете.

Таким образом, результаты исследования ясно показывают, что успешные женщины активны не только в плане создания собственного визуального имиджа, но и активно взаимодействуют с аудиторией и демонстрируют свои успехи. Это подчеркивает важность ведения страниц в социальных сетях, которые выступают как платформа для самовыражения и

саморазвития. Данные результаты могут стать основой для дальнейших исследований и разработки рекомендаций по улучшению самопрезентации.

Для выявления связи реального и транслируемого «образа Я» нами были проведены статистические расчеты с помощью программы SPSS21. Результаты представлены в таблице.

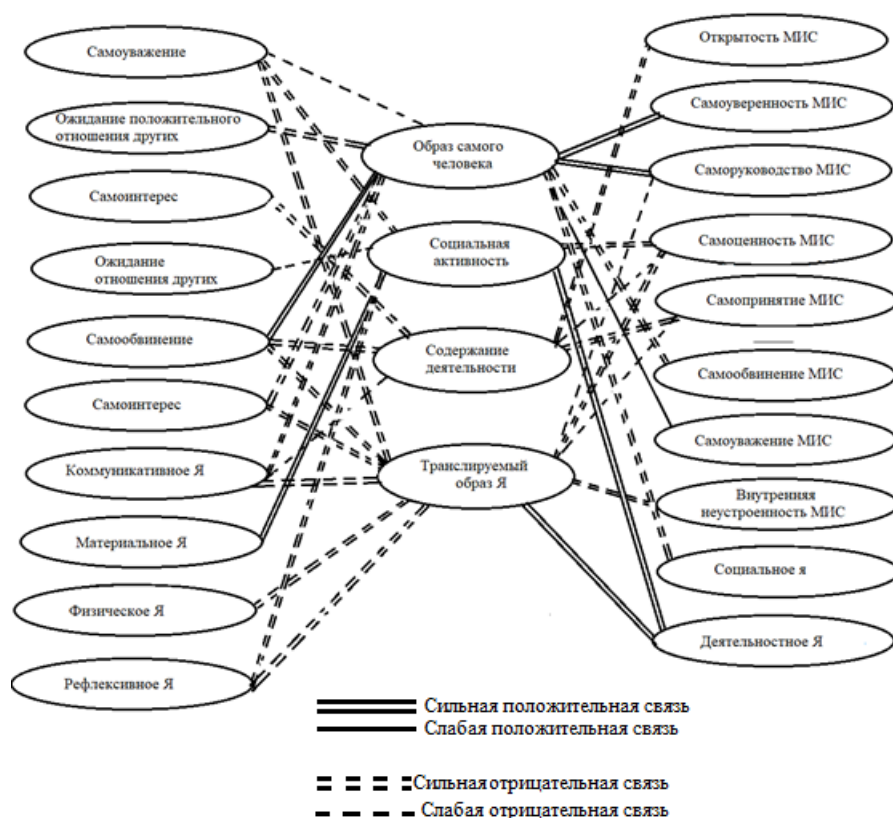


Рисунок 6. Корреляционная плеяда

Результаты корреляционного анализа в рамках исследования "Реальный и транслируемый в цифровой среде «образ Я» успешных женщин" предоставляют значимую информацию об отношении различных аспектов самооценки и идентичности успешных женщин как в реальной жизни, так и в цифровом пространстве. Исходя из выдвинутой гипотезы о различии между реальным образом и транслируемым имиджем, анализ позволяет выявить интересные корреляции.

Первым важным аспектом являются показатели самоуважения и самоуверенности. Корреляция между самоуважением и транслируемым «образом Я» имеет высокую отрицательную связь ($-0,498^{**}$), что может указывать на то, что женщины с низким уровнем самоуважения склонны представлять себя в цифровом пространстве более успешно. Учитывая, что самоуважение является ключевым компонентом формирования имиджа, это открывает вопрос о том, почему женщины могут испытывать необходимость завышать свои достижения в сети.

Также интересна связь между ожиданием положительного отношения других и бурной отрицательной корреляцией ($-0,471^{**}$) с самоуважением, что сигнализирует о том, что женщины, оценивающие себя низко, могут больше зависеть от мнения окружающих. Это указывает на различия в восприятии себя в реальной жизни и в цифровом пространстве: в сети они могут стремиться к чужому одобрению, что соответственно влияет на их самовосприятие.

Наблюдается и влияние самообвинения, которое также имеет значительную отрицательную корреляцию с самоуважением ($-0,406^{**}$). Это может указывать на связь между внутренними конфликтами и представлением себя в визуальной среде. Женщины, склонные к самокритике, возможно, более подвержены манипуляциям образами, создавая идеализированные версии самих себя.

В рамках социальной активности и содержания деятельности были выявлены положительные корреляции с самоинтересом и самоуважением. Однако большинство значений показали более слабые связи или даже отрицательные корреляции, указывая на возможность конфликта между активностью в своем реальном объекте и представлением себя в социальных сетях.

Социальное Я и материальное Я показывают отрицательные связи с трансляцией образа ($-0,499^{**}$ и $-0,581^{**}$ соответственно). В таких условиях успешные женщины могут меньше полагаться на материальные атрибуты

успеха, предпочитая выявлять внутренние качества и социальные достижения, что подтверждает их преобладающее желание быть принятыми по существу в окружающих.

Интересно, что некоторые компоненты, такие как открытость и самопринятие, имеют слабые положительные корреляции, что может указывать на связи между восприятием собственного образа и готовностью к самовыражению.

Сравнивая данные в рамках гипотезы, можно утверждать, что результаты подтверждают предположение о различиях реального и транслируемого образа. Женщины, испытывающие более сильное самоуважение и положительное восприятие себя, часто показывают меньшее стремление к созданию идеализированных образов в цифровом пространстве. Эти выводы создают базу для дальнейших исследований в области личностной идентичности, понимания социальных ролей и динамики успешности в современных условиях.

Согласно проведенному исследованию и анализу данных в качестве рекомендаций нами была разработана программа тренинга.

С учетом результатов эмпирического исследования и на основе проанализированных теоретических положений мы разработали программу социально-психологического тренинга, направленную на оптимизацию самооценки у женщин, которая состоит из 8 занятий, продолжительностью 1,5 – 2 часа каждое. Рекомендуемое количество занятий в неделю 2-3. Разработанная нами программа рассчитана на 12-16 часов. Ориентировочное количество участников тренинга – до 12 человек.

Цель тренинга – способствовать коррекции самооценки у женщин, гармонизации образа, развития уверенности в себе, социальной смелости и инициативы в социальных контактах.

Задание тренинга:

- 1) способствовать формированию мотивации личностного развития;

- 2) способствовать формированию способности к различению адекватной и неадекватной самооценки;
- 3) способствовать развитию уверенности в себе, социальной смелости и инициативе в социальных контактах;
- 4) способствовать коррекции самооценки у женщин, гармонизации «образа Я» у участников;
- 5) способствовать формированию конструктивных моделей поведения в противоречивых ситуациях.

На основе проведенного нами анализа форм и методов работы психолога по оптимизации самооценки для нашей программы мы были выбраны как наиболее эффективные следующие методы работы [1, 2].

Психогимнастические упражнения (способствуют овладению участниками навыками контроля двигательной и эмоциональной сфер, позволяют переключиться с одного вида деятельности на другой, снять усталость, расслабиться). Это такие упражнения, как: упражнение-танец «Спина к спине», игра «Скалолаз» и т.д. [2].

Психотехнические упражнения (направлены на активизацию интеллектуального потенциала участников, открытое выражение эмоций, формирование новых убеждений, ценностей, соответствующих поведенческих умений и навыков). Это упражнения: "Вдвоем", "Автопортрет", "Дюжина" и другие. [1, 2].

Групповая дискуссия (дает возможность участникам увидеть обсуждаемую тему с разных сторон – уточнить взаимные позиции, снизить сопротивление восприятию новой информации). В программе нашего тренинга применены групповые дискуссии на темы: «Уверен в себе человек: какой он?», «Факторы, влияющие на формирование самооценки» и др., целью которых является обмен мнениями, собственным опытом, разогрев группы перед началом ролевой игры [2].

Ролевые игры (создают новую модель мира, приемлемую для участников, интенсифицируют, закрепляют новые поведенческие навыки,

помогают найти недоступные ранее способы оптимального взаимодействия с партнерами, развивают вербальные и невербальные коммуникативные умения). На этом методе были построены следующие игры: «Я в конфликте», «Репетиция поведения» и т.д. [7].

При разработке программы тренинга были использованы идеи и готовые упражнения, созданные разными авторами [1, 2, 7].

Прогнозируемый результат нашей программы тренинга: повышение уровня знаний по психологии самооценки личности; коррекция неадекватной самооценки; развитие уверенности в себе; социальной смелости и инициативы в социальных контактах;

Каждое занятие включает в себя информационную, аналитическую и тренинговые части, игры и упражнения, направленные на самопознание, самораскрытие, самопрезентацию, снятие психоэмоционального напряжения. Обязательной и важной частью программы является выполнение задач по закреплению достигнутого результата на занятиях. Аналитическая и непосредственно тренинговая часть занятий предоставляют возможность применения полученных знаний на практике – проживание в форме игры-задачи, моделирование жизненных ситуаций при формировании устойчивых навыков эффективного поведения.

Каждое занятие в программе состоит из пяти этапов: приветствие, упражнение для эмоциональной разминки, основная часть, подведение итогов занятия и прощания. Приветствие включает уточнение самочувствия каждого участника (создание атмосферы «здесь и сейчас», выявление эмоционального состояния участников, их ожидания от занятия, изменений, произошедших в результате предыдущей встречи и т.п.).

Усилия группы на первом этапе работы должны быть направлены, прежде всего, на установление контактов, построение доверительных отношений. упражнений, важен подбор интересных и действенных разминочных упражнений. способствуют созданию внутренней свободы каждого из участников группы. Поэтому для разминки на различных

занятиях мы рекомендуем применить следующие упражнения: упражнение «Снежный шар», которое дает возможность не только познакомиться участникам группы, но и способствует развитию внимания, памяти; », направленная на развитие наблюдательности, формирование представления о том, как каждого участника воспринимают другие ; разминка «Наши имена», направленная на развитие внимания и памяти, упражнение «Дюжина», позволяющее осуществить интеллектуальную разминку, тренировать навыки оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию; состояния доброжелательности между участниками и состояния, позволяющего более эффективно работать и другие

Основная часть объединяет социально-психологические упражнения, ролевые игры, групповые дискуссии и т.д. Они заканчиваются обсуждением и самоотчетом участников о своих ощущениях, переживаниях. Рефлексия при этом помогает лучше понять себя, свой внутренний мир, свои поступки и увидеть результаты совместной деятельности. Упражнения, вошедшие в основную часть нашего тренинга, мы условно отнесли к 3 блокам по направленности их действия.

Первый блок упражнений, направленный на познание участниками их возможностей и ограничений; развитие способности адекватно оценивать себя. в начале работы группы упражнения, позволяющие участникам познакомиться, создадут дружескую атмосферу и сформируют представление участников друг о друге и расширят их представление о самих себе. Это такие упражнения, как упражнение «Знакомство», которое имеет целью не только познакомиться, но и способствовать развитию внимания, памяти, сформировать представление друг о друге; цель которой: способствовать осознанию собственных недостатков, принятию их и превращению недостатки в преимущества, формированию уверенности в себе, подъему энергии; упражнение «Автопортрет», направленное на формирование представления о себе, развитие аналитической способности, наблюдательности в общении, внимания к собеседнику.

Упражнения второго блока направлены на развитие уверенности в себе. Выделение этого блока упражнений было обусловлено тем, что в нашем эмпирическом исследовании мы установили, что определенное количество испытуемых обладают низким уровнем уверенности в себе. Неуверенные в себе личности очень зависимы от оценок окружающих, им свойственна тревожность, застенчивость, нерешительность и страхи (страх новых ситуаций, страх перед авторитетами, страх критики), они часто испытывают трудности в общении, проявляют несамостоятельность в принятии решений, страдают от нереализованности своих желаний и потребностей и т.д. Поэтому для формирования уверенности в себе мы предлагаем использовать следующие упражнения: групповая дискуссия «Уверенный в себе человек: какой он?», которая направлена на содействие более близкому знакомству участников тренинга, развитию аналитической способности, развитию рефлексии; проективная методика «Я такой, какой я являюсь», целью которой является способствовать выработке у участников объективной самооценки; ролевая игра «Ситуация, в которую я чувствую себя неуверенно», которая имеет целью предоставить участникам возможность изменить самочувствие в определенных жизненных ситуациях, предоставить опыт пребывания в сложных ситуациях, опыт обращения и выхода из них.

Содержание третьего блока упражнений, направленное на оптимизацию межличностных отношений, развитие доверия к окружающим, навыки бесконфликтного общения, обучение эффективным способам поведения в противоречивых ситуациях, было определено с учетом результатов эмпирического исследования, а именно наличие значительной части исследуемых, имеющих низкий уровень социальной и инициативы в социальных контактах. Упражнения этого блока по нашему замыслу должны:

- 1) способствовать повышению способности к осознанию непродуктивных стереотипов своего поведения, мешающих принятию именно адекватных подлинному моменту решений (упражнение «Обсуждение ситуаций»);
- 2)

дать возможность увидеть воспринимают ли тебя другие как конфликтного человека, показать разные способы реакции на конфликтную ситуацию и подходы к ней (ролевая игра «Я в конфликтной ситуации»); 3) формирование навыка адекватного реагирования на ситуацию из-за ее воспроизведения (моделирование ситуаций «Репетиция поведения»); 4) понять значимость толерантного поведения при взаимодействии с другими, формирование навыков бесценного общения (Упражнение «Спина к спине») 5) отработка умений и навыков сглаживания конфликтов (Ролевая игра «Улаждение конфликтов»); 6) развитие доверия и сплоченности группы через обучение доверять окружающим, формирование тесной взаимосвязи с партнером, формирование согласованности в действиях (упражнение «Зеркало»).

Прощание и приветствие составляют своеобразные ритуальные действия и имеют разные формы проведения.

На последнем занятии предлагается подвести итоги и эффекты от тренинга, что предполагает высказывание участниками своих впечатлений по выполненной работе, ощущениям, пожеланиям (рефлексию), получение отзывов. В благоприятной обстановке необходимо подвести итоги тренинговой работы. участник сформулирует для себя, что важного приобрел он в ходе работы и почему это поможет ему в повседневной жизни. Участникам предлагается сосредоточиться на том, что они приобрели на тренинге.

Социально психологический тренинг является одним из основных методов формирования адекватной самооценки, так как только с помощью этой формы работы можно сформировать умение управлять своим поведением. Наша программа тренинга применима в практической работе психолога по оптимизации самооценки личности. Перспективы дальнейшего исследования мы находим в проверке эффективности разработанной программы.

Выводы по главе

В данном исследовании были проанализированы различия между реальным и транслируемым в цифровой среде «образом Я» среди 40 успешных женщин. Основной целью работы стало изучение особенностей этих образов и их взаимосвязей. Для этого были использованы различные методики, включая исследование самоотношений женщин, методику МИС, методику «Кто Я», а также самооценку личности по методике Будасси.

Результаты показали, что в реальном самоотношении участниц наблюдаются положительные аспекты, однако имеются значительные проблемы с самопринятием и внутренней саморегуляцией. Высокий уровень самообвинения и внутренней конфликтности указывает на наличие значительных эмоциональных трудностей, что может приводить к психологическим расстройствам. В то же время, данные по самооценке показали, что большинство женщин обладает низкой адекватной самооценкой, что может отражать заниженное восприятие собственных возможностей.

Анализ транслируемого образа показал, что большинство участниц активно формирует свой имидж в социальных сетях, что позитивно сказывается на их самооценке и социальной активности. Однако статистические расчеты продемонстрировали наличие интересных корреляций между различными аспектами самооценки и их образом в цифровой среде. Например, женщины с низким уровнем самоуважения были склонны представлять себя в более идеализированном свете. Это указывает на необходимость формировать связи между внутренним состоянием и внешними проявлениями, стремясь к гармонии.

Сравнительный анализ реального и транслируемого «образа Я» указывает на глубокую взаимосвязь между самовосприятием и статусом в социальных сетях. Женщины, обладающие хорошей самооценкой, чаще создают более адекватные образы, а те, кто чувствует себя менее уверенно,

стремятся показать идеальные версии себя, что может указывать на зависимость от мнения окружающих.

В исследовании подчеркивается необходимость работы над развитием адекватного самооценивания и самопринятия, а также использование психотерапевтических вмешательств для улучшения внутреннего состояния женщин. В частности, важно развивать навыки саморефлексии и уверенности в себе, что поможет снять внутренние противоречия и наладить гармоничные отношения с окружающим миром.

Эти результаты могут быть полезными для создания программ личностного роста и психологической поддержки женщин, стремящихся улучшить свою самооценку и качество жизни в современных условиях, где цифровые имиджи играют значимую роль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире образ успешной женщины в значительной мере формируется как в реальной жизни, так и в цифровой среде. В реальности успешные женщины часто представляют собой многогранные личности, которые сталкиваются с вызовами, преодолевают трудности и достигают своих целей. Они проявляют стойкость, креативность и лидерские качества, но при этом остаются уязвимыми и настоящими.

В цифровой среде образ успешной женщины нередко идеализируется, создавая иллюзию безупречности. Социальные сети заполняют ленты яркими фотографиями, успешными карьерными моментами и счастливыми семейными сценами. Этот трансляционный образ может влиять на восприятие как самих женщин, так и общества в целом, провоцируя сравнения и нередко создавая давление.

Настоящая успешная женщина — это не только достижение целей, но и умение находить баланс между личной и профессиональной жизнью. Её образ в цифровом пространстве должен отражать реалии, показывать, что за каждым успехом стоят усилия и порой неудачи. Прозрачность и честность в самопрезентации могут вдохновить многих, напоминая, что путь к успеху индивидуален и у каждого могут быть свои, подчас непростые, обстоятельства.

Исследование выявило, что женщины более благосклонно воспринимают свой реальный образ по сравнению с тем, который они демонстрируют в интернете. На шкале S, оценивающей общее ощущение «за» и «против» собственного Я, реальные показатели составили 75,55, тогда как цифровая версия была оценена лишь в 62,85. Это говорит о том, что женщины видят себя лучше вне зависимости от идеализированных стандартов успеха, продвигаемых медиа. Особенно заметны различия на шкале III (ожидаемые отношения от окружающих), где участницы ощущают значительное давление со стороны цифровой среды.

По методу МИС также заметны существенные различия между реальным и демонстрируемым образом. К примеру, на шкале открытости выяснилось, что в реальной жизни женщины ощущают себя менее открытыми (3,38), чем в обстановке онлайн (7,86). Также по шкале самоуважения виртуальный образ превалирует в 31,55 раз над реальным уровнем в 12,9. Это отражает стремление женщин создать идеализированные образы, отвечающие общественным ожиданиям.

Выводы показали, что женщины оценивают свои реальные характеристики значительно ниже, чем образы, демонстрируемые в сети, по многим параметрам (социальным, материальным, физическим и т.д.). Это приукрашенное восприятие подчеркивает внутреннюю неуверенность, возникающую при отображении более успешной жизни в сети.

Анализ самооценки показал многочисленные случаи заниженной самооценки в реальности (значения ниже -0,7), в то время как изображения себя онлайн существенно завышены. Такое расхождение отражает несоответствие между внутренними эмоциями и социальным имиджем, создавая внутренний конфликт по отношению к самовосприятию.

В итоге исследования демонстрируют, что существует заметное расхождение между реальным образом успешных женщин и тем, который они транслируют онлайн. Это вызывает вопросы о психологическом благополучии женщин и их самоощущении. Упор на идеализированные образы успеха, распространенные в медиа, оказывает давление, требующее внимательного изучения и работы в личностном и социальном контексте.

Для разрешения этих проблем рекомендуется внедрение программ психолого-педагогической поддержки, способствующих формированию уверенности, соответственной самооценки и здоровых социальных контактов. Важно создать безопасное пространство для самовыражения и честности в самовосприятии, помогая каждому гармонично сочетать свой реальный и идеализированный образ.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдеева Н. Н., Анцыферова Л. И., Арсеньев А. С. и др. Большой психологический словарь / Под ред. В. П. Зинченко, Б. Г. Мещерякова. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 672 с.
2. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. - М.: Фонд «за экономическую грамотность», 1995. 375 с.
3. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. М.: Наука, 1977. 380 с.
4. Артамошина Ю.В. Социальные представления как компоненты «обыденного мышления» // Вестник Московского Психолого-социального института. - Брянск, 2007. Вып. 1. С. 4-8.
5. Ассаджиоли Р. Типология психосинтеза: семь основных типов личности. - М.: «Урпния», 1995. 348 с.
6. Батурин, Н.А. Психология успеха и неудачи: учеб. пособие./ Н.А. Батурин – Челябинск: ЮУрГУ, 1999. – 99 с.
7. Беглова, Э.И. Субъективный образ «успешной личности» у женщин с разной социальной и психологической адаптированностью / Э.И. Беглова // Вестн. ТГГПУ (Казань), 2010. - № 2 (20). С. 298 – 303.
8. Белкин, А.С. Ситуация успеха: как ее создать/ А.С. Белкин – М.: Просвещение, 1991. – 176 с.
9. Берг, А. И. Избранные труды. В 2 т. Т. 1 / А. И. Берг; предисл. редакции. Москва; Ленинград: Энергия. 1964. 168 с.
10. Бердяев Н.А. О назначении человека. М: Республика, 2010. 388 с.
11. Бодалев А.А. Личность и общение. М. 2006. 272 с.
12. Братусь Б.С. Аномалии развития личности. М.: Мысль, 1988. 301с.
13. Будинайте Г.Л., Корнилова Т.В. Личностные ценности и личностные предпосылки субъекта // Вопр. психол. 2013. № 4. С. 14-19
14. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М.: Изд-во МГУ, 1968. 268 с.

15. Варлашкина Е.А., Буланбаева М. М. Гендерные особенности образа физического «я» // ОмГУ. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-osobennosti-obraza-fizicheskogo-ya>.

16. Горячев В.В. Исследование физического образа "я" в самосознании старшеклассников // МНКО. 2018. №6 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-fizicheskogo-obraza-ya-v-samosoznanii-starsheklassnikov>.

17. Ефремова, О.И., Психология успешного поведения личности //Социальная психология личности в вопросах и ответах: учеб. пособие / Под ред. В.А. Лабунской. - М., 1999. С. 321 – 338.

18. Каминская Н.А., Айламазян А.М. Исследования образа физического «Я» в различных психологических школах // Национальный психологический журнал. 2015. №3 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-obraza-fizicheskogo-ya-v-razlichnyh-psihologicheskikh-shkolah>.

19. Кордубан, И.Л., Психологическая характеристика феноменов «успех» и «успешность» / И.Л. Кордубан // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Сер. 6.

20. Корж, Е.М. Некоторые критерии оценки достижения жизненного успеха //Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования, - 2008. - № 1. – С. 31 – 47.

21. Кубышкина М.Л. Психологические особенности мотивации социального успеха. Д.исс.... канд. психол. наук: 19.00.05. - СПб., 1997. 222с.

22. Леонтьев Д.А. Психология смысла. М.: [б.н.], 2007. 511 с.

23. Магомед-Эминов М.Ш. Анализ когнитивного подхода в зарубежных теориях мотивации // Вопросы психологии. - М., 1986. №5. С.19-168.

24. Мандино, Ог. Университет успеха / Ог. Мандино; пер с англ. Е.Г.Гендель. - 2-е изд.- Мн.: «Попурри», 2006. – 752с.

25. Нефедова Н.И. Социальные представления об успехе. Дисс. ... канд.психол. наук: 19.00.05. - Ярославль, 2004. 186с.
26. Олпорт Г. Становление личности: избранные труды. - М.: Смысл, 2002.410 с.
27. Рикель, А.М. Некоторые аспекты социально-психологической проблематики успеха/ А.М. Рикель // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, - 2012. - №1. – С. 41 – 48.
28. Тарасова Т.В., Гвоздева Н.В. Физический образ «я» у подростков, страдающих ожирением // Вестник МГУ. 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fizicheskiy-obraz-ya-u-podrostkov-stradayuschih-ozhireniem>.
29. Франкл В. Человек в поисках смысла: Сборник: / Общ. ред. Л.Я. Гозмана. М.: Прогресс, 1990. 368 с.
30. Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М.: Владос, 1998.
31. Фромм Э. Психоанализ и религия. Искусство любить. Иметь или быть? - Киев: Ника-Центр, 1998. 400 с.
32. Фромм Э. Психоанализ и религия. М.: Аст, 2010. 160 с.
33. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения. - СПб.: Речь, 2001.240с.
34. Хорни К. Невратическая личность нашего времени. Самоанализ. - М.: Издательская группа «Прогресс» - «Универс», 1993. 61 с.
35. Черкашина А.Г. Методика исследования самоотношения к Образу Физического Я // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-issledovaniya-samootnosheniya-k-obrazu-fizicheskogo-ya>.
36. Шишковская А.В. Теоретические представления об образе физического я в психологии // Северо-Кавказский психологический вестник. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-predstavleniya-ob-obraze-fizicheskogo-ya-v-psihologii>.

37. Щербатых, Ю.В. Психология успеха / Ю.В. Щербатых. – М.: Эксмо, 2007, - 560 с.
38. Bradburn N M и Caplovitz D Reports on happiness. Chicago: Aldine, 1965. 195 с
39. Bailey J.A. Self-image, self-concept and self-identity revisited // Journal of the National Medical Association. 2003. Vol. 95. No. 5. P. 383-386.
40. Baumeister R.F. Self-concept, self-esteem, and identity // Personality: Contemporary Theory and Research / Ed. by V.J.Derlega, B.A. Winstead, W.H. Jones. Chicago: Nelson-Hall Publishers, 1999. P. 339-375.
41. Blatt S. J. Homann E. Parent–child interaction in the etiology of depression. // Clinical Psychology Review. 1992. 12. C. 47–91.
42. Crowe N. 'It's like my life but more, and better!' - Playing with the Cathaby Shark Girls: MMORPGs, young people and fantasy-based social play // International Journal of Adolescence and Youth. 2010. Vol. 16. No. 2. P. 201-223.
43. Davison C. Presentation of digital self in everyday life: towards a theory of digital identity. PhD Thesis. RMIT University, 2012. 267
44. Fox J., Bailenson J.N., Ricciardi T. Physiological responses to virtual selves and virtual others // Journal of CyberTherapy & Rehabilitation. 2012. Vol. 5. Issue 1. P. 69-73.
45. Kins E., Beyers, W., Soenens, B., Vansteenkiste, M. Patterns of home leaving and subjective well-being in emerging adulthood: The role of motivational processes and parental autonomy support. // Developmental Psychology. 2009. 45. C. 1416-1429.
46. Lemenager T. et al. “Who am I” and “How should I be”: a systematic review on self-concept and avatar identification in gaming disorder // Current Addiction Reports. 2020. Vol. 7. No. 2. P. 166-193.
47. Lotze H. Mikrokosmos. Ideen zur Naturgeschichte und Geschichte der Menschheit. Versuch einer Anthropologie. 6. Auflage. 3 Bde. Leipzig, 2020.
48. Oishi S., Schimmack, U., & Diener, E. Dynamic relations between emotional experiences and life satisfaction: Beyond the nomothetic approach to

subjective well-being. // Manuscript submitted for publication. [б.м.] : University of Illinois at Urbana-Champaign, 1988.

49. Philosophisches Wörterbuch begründet von Heinrich Schmidt. Stuttgart: Alfred Kröners Verlag, 1957 (рус. пер. Философский словарь. М., 1961).

50. Rheu M., Jang Y., Peng W. Enhancing healthy behaviors through virtual self: a systematic review of health interventions using avatars // Games for Health Journal: Research, Development, and Clinical Applications. 2020. Vol. 9 No. 2. P. 85-94.

51. Ruan B. et al. Defining the Digital Self: A qualitative study to explore the digital component of professional identity in the health professions // Journal of Medical Internet Research. 2020. Vol. 22. Issue 9. e21416. 11 p.

52. Suh A. Discrepancy between Actual Self and Virtual Self: theoretical extensions, measurement and relation to contribution in virtual communities // PACIS 2010 Proceedings. 2010. P. 1971-1978.

53. Wright R. Self-Certainty and Self-Esteem // Extending Self-Esteem Theory and Research: Sociological and Psychological Currents / Ed. by T. J. Owens, S. Stryker, N. Goodman. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. P. 101-134.

Таблица 1

Корреляционный анализ

	Образ самого человека	Социальная активность	Содержание деятельности	Транслируемый «образ Я»
Самоуважение	-0,365*	-0,413**	0,162	-0,498**
Аутосимпатия	-0,069	0,113	0,281	0,171
Ожидание положительного отношения других	-0,471**	0,267	-0,489**	0,073
Самоинтерес	0,044	-0,258	0,440**	-0,007
Самоуверенность	0,008	-0,301	-0,071	-0,221
Ожидание отношения других	0,265	-,341*	0,067	0,001
Самообвинение	0,445**	-0,271	-0,413**	-0,431**
Самопоследовательность саморуководство	-0,084	0,255	0,206	0,211
Самообвинение	-0,189	-,337*	0,151	-0,261
Самоинтерес	-0,475**	0,071	0,186	-0,494**
Самопонимание	-0,144	0,063	0,08	-0,016
Открытость МИС	0,069	-0,106	-0,458**	0,064
Самоуверенность МИС	0,479**	0,073	0,06	0,268
Саморуководство МИС	,424**	0,013	0,161	-,382*
Отраженное самоотношение МИС	-0,019	0,146	-0,161	-0,006
Самоценность МИС	-0,083	-0,465**	-,336*	-0,475**
Самопринятие МИС	0,212	0,125	0,271	-,365*
Самопривязанность МИС	0,083	0,133	0,31	0,303
Внутренняя_конфликтность МИС	0,098	0,055	0,129	0,169
Самообвинение МИС	-0,406**	0,071	-0,429**	-0,013
Самоуважение МИС	,369*	0,054	0,114	,346*
Аутосимпатия МИС	0,133	0,108	0,114	0,218
Внутренняя неустроенность МИС	-0,003	0,108	0,137	-0,438**
Социально Я	-0,499**	0,075	-0,112	-0,147
Коммуникативное Я	-0,069	-0,446**	0,031	-0,186
Материальное Я	-,334*	-0,25	-,373*	-,581**
Физическое Я	0,184	0,293	0,246	-,439**
Деятельностное Я	0,282	,448**	0,155	-,556**
Перспективное Я	0,099	0,11	0,137	0,209
Рефлексивное Я	0,16	-0,498**	-0,059	-0,447**
Самооценка	0,022	0,036	0,013	0,045
** сильная связь 0,01 (двухсторонняя).				
* слабая связь 0,05 (двухсторонняя).				