

# ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ФИЗИЧЕСКОМ «Я» В СУБЪЕКТИВНОЙ КАРТИНЕ МИРА ИНТЕРНЕТ-АКТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ

## FEATURES OF REPRESENTATIONS ABOUT THE PHYSICAL "I" IN THE SUBJECTIVE PICTURE OF THE WORLD INTERNET ACTIVE YOUTH

**V. Senchenko  
N. Senchenko**

*Summary:* The article analyzes the development of the problem of studying the ideas of a person about his physical self, analyzes the main components of the image of the self. The author defines the tasks of empirical research, provides methods for collecting and processing the results of empirical data, presents the main stages of the study; the results of the study of gender representations of the individual about his I-physical are described.

*Keywords:* youth, physical "I", subjective picture of the world, personality, gender.

**Сенченко Владимир Владимирович**

Преподаватель, ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»  
(г. Симферополь)

**Сенченко Наталья Анатольевна**

К.культурологии, доцент, ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова» (г. Симферополь)  
senchenko\_n.a@mail.ru

*Аннотация:* В статье дается анализ разработанности проблемы исследования представлений личности о своем Я-физическом, анализируются основные составляющие образа Я. Автором определяются задачи эмпирического исследования, приведены методы сбора и обработки результатов эмпирических данных, представлены основные этапы исследования; описаны результаты исследования гендерных представлений личности о своем Я-физическом.

*Ключевые слова:* молодежь, физическое «Я», субъективная картина мира, личность, гендер.

Современный этап развития личности, перенос деятельности в виртуальное пространство, создание симулякров человеческого тела приводят к вторичности телесности. Подростки и юношество, те, для которых физическое Я в реальном пространстве становится наиболее значимым, чем другие компоненты Я-образа, переживают слом обычных установок, находясь в интернет-пространстве и заменяя физическое тело аватарами и мемами. В субъективной картине мира личности современного молодого человека может сформироваться искаженный образ тела, искаженные когнитивные установки в отношении своего физического Я, что является причиной личностных девиаций и поведенческих расстройств. Популярными последнее время стали группы людей, страдающих анорексией или булимией, проявляющие особую активность в социальных сетях. В этих группах транслируется искаженный образ тела, однако группы являются популярными, что свидетельствует о проблемах с восприятием собственного тела. Другим популярным развлечением стали группы пользователей, демонстрирующих многочисленные шрамы и татуировки. При этом в реальном пространстве молодежь по-прежнему занимается физкультурой и спортом с переменной активностью. Необходимость исследования физического Я в субъективной картине мира личности продиктована и возрастанием количества молодежи, страдающей ожирением, другими про-

блемами со здоровьем.

Кроме того, в отечественной социальной психологии образ тела как предмет исследования появился недавно. Имеющиеся эмпирические данные относятся к проблеме изучения внешнего облика, маскулинности-феминности (А.А. Бодалев, В.А. Лабунская) и не дают полного представления о гендерных отличиях в представлениях образа тела молодежи детородного возраста. Необходимость научного исследования заключается в выявлении особенностей представлений о своем физическом Я в субъективной картине мира интернет-активной личности, что позволит создать систему психологического сопровождения не только формирования представлений о своем физическом Я, но и здорового образа жизни.

Данные исследования важны с точки зрения адаптации человека в современном мире, формирования у него конструктивного физического Я, а также исследования возможных методов консультирования, которые обнаруживаются сквозь призму когнитивной парадигмы.

Несмотря на актуальность проблемы субъективная картина мира личности, ее представления о своем физическом Я, составляющие эту картину, остаются малоизученными. В исследованиях К.А. Абульхановой, Р.М. Гинзбурга, Е.И. Головахи, И.В. Дубровиной в качестве

структурных элементов субъективной картины мира личности выделяются жизненные планы, перспективы.

В научной литературе по проблеме исследования можно выделить несколько подходов к проблеме отношения к телу и телесности. Так, в рамках философского подхода ученые связывают представления о телесности с типом рациональности (Б.Г. Акчурин, Б.Е. Ерасов, И.Г. Замещанский и др). Классическая рациональность дала миру пышных красоток Рубенса, неклассический тип рациональности кардинально изменил представления личности об идеальном физическом образе с естественных форм до унисекс-модели, постнеклассическая рациональность связана с переходом в виртуальное пространство и возникновением аниме-культуры.

Для нашего исследования представляет интерес психологические концепции телесности (О.В. Лаврова, Е.Т. Соколова, А.Ш. Тхостов). Этими исследователями основной акцент делается на отдельных аспектах телесности: половой идентичности, сексуальности, инстинктах. Однако, взаимосвязь представлений о физическом образе Я и реального физического Я исследовалась недостаточно. При этом в интернет-пространстве проблема физического образа Я исследовалась только на уровне аватаров.

В связи с этим, **научная проблема** исследования заключается в выявлении особенностей представлений о физическом «Я» в субъективной картине мира интернет-активной молодежи, что позволит создать психологически грамотную систему психологического адекватного восприятия личностью собственного тела.

Анализ научной литературы по проблеме исследования позволил сделать следующие выводы:

1. Образ физического Я в субъективной картине личности представляет собой интегральное психическое образование, социально-культурный продукт, который складывается в процессе развития личности и в процессе формирования телесной самоидентичности. Образ физического Я в субъективной картине мира определяется как самопонимание и самопредставление тела личностью. При этом психологическую специфику физического образа Я опосредует семейное воспитание (семейные установки, культура тела в семье), социум (действующие стандарты красоты, оценивание внешности другими людьми), личностные особенности (собственный позитивный или негативный социальный опыт).
2. Субъективная картина личности представляет собой внутреннюю модель реальности, в основе которой лежит специфическая система значений, имеющая социальную природу и сформированная в ходе его культурно-исторического развития.

Кроме того, картина мира является продуктом субъективного конструирования, обусловленного индивидуальными особенностями восприятия, познания, мышления, деятельности, что делает ее уникальной и отличительной от картины мира других субъектов.

3. Существующие концепции образа физического Я личности, чаще всего, сводятся к анализу понятия, исследованию природы происхождения причин дисфункционального образа физического Я, однако психологические особенности личности с различными образами Я и их гендерными, возрастными характеристиками в реальном и виртуальном пространствах изучены недостаточно.
4. Образ физического Я личности представлен когнитивной, мотивационной, аффективной составляющими. Когнитивная составляющая образа Я личности содержит в себе совокупность самооценочных суждений, сформированные в социуме установки в отношении своего физического Я, когнитивные механизмы, влияющие на формирование образа физического Я личности в целом. Аффективная составляющая образа Я содержит в себе эмоциональное восприятие своего физического Я, внешнего облика. Когнитивная составляющая включает в себя, чаще всего, набор определенных поведенческих паттернов личности, способность к изменению своего физического Я, личностные защитные механизмы, проявляющиеся в поведении.

**Цель статьи** – изучить особенности представлений о своем физическом Я молодежи.

#### Методы

Для решения поставленных задач применялся комплекс теоретических и эмпирических методов исследования: теоретический анализ монографий, диссертационных исследований, статей и других научных публикаций, характеризующих состояние проблемы. Эмпирические: анкетирование, интервьюирование, диагностика: для определения интернет-активности – анкета интернет-активности (А.И. Лучинкина); для определения типа гендера – опросник «Маскулинность -феминность» (С. Бем); для выявления интегральной самооценки – методика исследования самоотношения С.Р. Пантелеева, методика изучения особенностей самооценки (С.Я. Рубинштейн); для оценки уровня и времени сформированности когнитивных установок – ретроспективная анкета установок для оценки эмоционального отношения испытуемых к различным параметрам своей внешности в реальном пространстве – методика «Исследование самоотношения к образу физического Я» А.Г. Черкашиной; для виртуального пространства – анализ аватаров и контента страниц пользователей; для отражения по-

веденческой составляющей - опросник «Оценочно-содержательная интерпретация компонентов внешнего облика» В.А. Лабунской; для исследования адаптационно-компенсаторных стратегий гармонизации образа физического Я – методика «Адаптационно-компенсаторные стратегии по преобразованию внешности» (А.А. Гавриленко); авторский опросник «Мое тело»; ценностный опросник Шварца; личностные защитные механизмы – опросник «LIFE STYLE INDEX» Р. Плутчека.

Математико-статистической обработки данных: корреляционный анализ, факторный анализ, анализ рассеяний, методы анализа расхождений (критерий Крускала-Уоллиса), метод исследования надежности (метод половинного расщепления П. Гутмана), метод исследования валидности (метод экспертных оценок).

### Результаты/Полученные данные

Разработанная эмпирическая модель позволила акцентировать внимание исследователя на следующих задачах:

1. Выделить группы респондентов согласно интернет-активности, роду деятельности в Сети и выбору ими своей гендерной роли.
2. Эмпирически изучить когнитивную составляющую представлений личности о своем физическом Я (установки, актуальные потребности) и ее динамику в различных институтах социализации.
3. Эмпирически изучить аффективную составляющую представлений личности о своем физическом Я (особенности самоотношения, восприятия собственного тела).
4. Эмпирически изучить конативную составляющую физического образа Я личности (защитные механизмы, стратегии изменения тела)
5. Разработать типологию интернет-активной личности в зависимости от специфики ее физического образа Я.

### Основные характеристики выборки

Исследование проводилось в течение 2018-2020 годов. В исследовании приняли участие обучающиеся Крымского инженерно-педагогического университета имени Февзи Якубова в возрасте от 18 до 25 лет (408 человека, из них: Из них 213 респондентов – девушки, 195 респондентов – юноши).

Эмпирическое исследование предусматривало исследование когнитивной, аффективной и конативной составляющих физического образа Я личности.

На первом этапе при помощи анкеты определены три группы респондентов по их интернет-активности: ситуативные, активные и чрезмерно-активные. Следует

отметить, что непользователей сети Интернет в выборке не было, а ситуативные и ситуативные пользователи были объединены в группу – ситуативные. Анкета определения уровня интернет-активности (А.И. Лучинкина) не только дает возможность стратификации выборки по уровням интернет-активности, но и позволяет получить информацию о направленности деятельности личности в интернет-пространстве, предпочитаемых сайтах, интернет-ресурсах.

На этапе констатирующего эксперимента методом случайных чисел было выбрано по 60 респондентов каждой указанной группы. Затем исследованы гендерные предпочтения в каждой из групп при помощи методики многостороннего исследования личности ММРІ (шкала мускулиность-феминность) и методики С. Бем «Мускулиность-феминность». Выбор этих методик обоснован их возможностями наиболее полно описать гендерные особенности респондентов выборки как клиническую, так и социально-психологическую картину. На этом же этапе нами были проанализировано половое и гендерное распределение респондентов по группам с разной интернет-активностью.

В качестве независимых переменных для выделения экспериментальных групп были использованы психологический пол и интернет-активность.

Исследование показало, что в группе с низким уровнем интернет-активности (ситуативные) наибольшее количество респондентов – юноши – 43 респондента. В то время как в группах интернет-активных и чрезмерно интернет-активных количество девушек и юношей (32 и 28, 36 и 24 соответственно).

Выявлена достоверная связь между возрастанием интернет-активности и стремлением к андрогинности у респондентов, снижением стремления к маскулинности (при  $p = 0,05$ ).

В первой группе (ситуативные) наблюдается снижение профиля по шкале феминность-мускулиность у мужчин, что свидетельствует о доминантности и склонности к соперничеству. Следует отметить, что мужчинам первой группы свойственна мускулиность. В информации о себе, респонденты этой группы поясняли, что они занимаются спортом регулярно, являются победителями чисто мужских видов спорта – армрестлинг, борьба, бокс.

В тоже время сниженный профиль у женщин свидетельствует о повышенной сентиментальности и эмоциональности. В первой группе из 17 девушек всего 8 имеют выраженную феминность. Из семи девушек – 7 занимаются в настоящее время в танцевальных коллективах, а одна девушка занималась бальными танцами до недавнего прошлого.

Остальным респондентам первой группы (9 девушек и 7 юношей) характерна андрогинность. Следует отметить, что три девушки занимаются армрестлингом.

Выявлено, что с повышением интернет-активности стремление к соперничеству у мужчин снижается. Во второй группе (активные) выраженную мускулинность имеют 18 человек, из юношей – 14 респондентов.

В тоже время у женщин с повышением уровня интернет-активности растет количество респондентов, которым свойственна уверенность в себе, предприимчивость и последовательность внутренне мотивированного поведения, доминантность и гетероагрессивные тенденции. Из 17 респондентов с высокой феминностью – 13 девушек, остальные 4 – юноши.

В этой группе наблюдается рост количества респондентов с высокой андрогинностью (при  $p = 0,05$ ).

Однако с дальнейшим ростом уровня интернет-активности тенденции возрастания мускулинности и феминности не сохраняются. В третьей группе (чрезмерно активные) достоверно возрастает число респондентов с высокой андрогинностью ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 10,1$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,5$ , при  $p = 0,05$ ).

Исследование когнитивной составляющей у респондентов выделенных групп показало существенные отличия в формировании установок в отношении своего тела и внешности.

В первой группе респондентов с низкой интернет-активностью более 78% как девушек, так и юношей, отмечают необходимость ухаживать за собой. При этом девушки борются за стройность, а юноши за накачанное тело. Отношение к одежде взвешенное, культура одежды нет, но необходимость выглядеть хорошо и чисто указывают все респонденты этой группы. Установка по отношению здорового образа жизни сформирована у всех респондентов. Нужно отметить, что респонденты указывают в качестве периода формирования таких установок – детство и подростковый возраст. Установки транслировались семьей и учителями. При этом анализ рода деятельности в Сети показал, что юноши с низким уровнем интернет-активности, как правило, используют интернет-пространство для общения (почта, сообщения), поиска информации. Девушки этой группы имеют один аккаунт, общение с которого оживляется перед сессией.

Во второй группе респондентов (с высокой интернет-активностью) отмечается решающая роль личности в формировании своего образа тела. Респонденты отмечают, что в подростковом возрасте их родители часто говорили им о том, что они сами должны выбирать какими быть – красивыми или уродливыми. В 47% случаев роди-

тели отмечали, что их дети либо портят свою внешность, издеваются над нею, либо, напротив, творят с нею чудеса. Как правило, взрослые устанавливали жесткую причинно-следственную связь между красотой и высокой нравственностью, добрым характером. По отношению к одежде респонденты этой группы, как правило, предъявляют только требования удобства и чистоты. Более 40% респондентов данной группы иногда занимается спортом (плавание, теннис, бадминтон), 57% молодежи этой группы не собираются заниматься спортом вообще. Более 60% респондентов прибегало к помощи диет для похудения. Именно в этой группе стратификация по роду деятельности наиболее выражена: 66% юношей второй группы предпочитают игровую деятельность в Сети (стрелялки, бродилки, игры из глаз героя); 27% юношей – в основном заняты поиском информации просмотрам фильмом, 17% юношей – общаются в социальных сетях. В тоже время девушки заняты игровой деятельностью (игры симуляторы) – 17%, общение в социальных сетях – 72%, поиск информации, музыка, фильмы – 11%.

Третья группа респондентов (с чрезмерной интернет-активностью) в качестве установок отмечает неактуальность внешности. Источником таких установок молодежь указывает школу и университет, а возраст – 14-17 лет. Проявляют полное безразличие к телу, одежде, здоровью. Практически все юноши заняты игровой деятельностью – игры из глаз героя, девушки – общением в социальных сетях.

Анализ результатов исследования самооценки молодежи своего физического Я показал, что существуют достоверные различия по всем шкалам между респондентами групп с различной интернет-активностью: красивый-некрасивый ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 89,123$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,2$ , при  $p = 0,01$ ), худой-толстый ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 89,125$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,2$ , при  $p = 0,01$ ), высокий-низкий ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 6,63$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 6$ , при  $p = 0,05$ ), стройный-бесформенный ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 83,852$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,2$ , при  $p = 0,01$ ), спортивный-неспортивный ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 76,134$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,2$ , при  $p = 0,01$ ), модный – немодный ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 91,118$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,2$ , при  $p = 0,01$ ), стильный – не стильный ( $\chi_{\text{эмп}}^2 = 87,371$ ,  $\chi_{\text{крит}}^2 = 9,5$ , при  $p = 0,01$ ). Гендерные отличия достоверно выражены только в группе с низкой интернет-активностью.

Однако исследование выявило достоверные различия у большинства испытуемых при сравнении самооценки себя в реальном пространстве и своего виртуального образа. При этом оценка виртуального образа была выше самооценки себя в реальном пространстве.

Исследование когнитивных искажений у групп респондентов, различающихся по гендеру и интернет-активности при совпадении психологического и биологического пола, позволило выделить следующие результаты: у респондентов с низкой интернет-активностью преобладают долженствование, свергенерализ-

зация, чтение мыслей, мысленный фильтр, дихотомическое мышление, навешивание ярлыков; у респондентов с высокой интернет-активностью отмечены средние показатели по всем шкалам; у респондентов с чрезмерно высокой интернет-активностью преимущественно выявлены значения выше среднего по шкалам дихотомическое мышление, обесценивание позитивного, катастрофизация, персонализация

Исследование когнитивных искажений у групп респондентов, различающихся по гендеру и интернет-активности при несовпадении психологического и биологического пола показало, что для респондентов с низкой интернет-активностью характерны катастрофизация, должествование, сверхгенерализация; респондентам с высокой интернет-активностью характерны значения выше среднего по всем шкалам; у респондентов с чрезмерно высокой интернет-активностью выявлены высокие значения по шкалам катастрофизация, обесценивание позитивного, персонализация.

Исследование аффективной составляющей показало, что имеются достоверные отличия в оценке значимых деталей и удовлетворённости своей внешностью у респондентов выделенных групп, при  $p=0,01$ . Следует отметить, что 89% первой группы выбрали в качестве наиболее значимых деталей волосы, кожу, пропорциональность фигуры, грудь, живот, длину ног, объем талии (девушки), соответствие социальной роли, ногти, верхняя часть руки.

В тоже время для респондентов второй группы наиболее значимыми были следующие детали внешности: волосы, глаза, лоб, рост, вес, форма ног, комфортность одежды.

Респонденты третьей группы акцентировали внимание на глазах, овале лица, передней контурной линии тела (профиль), индивидуальности стиля в одежде. Следует отметить, что гендерной или половой существенной разницы в выборах значимых характеристик не было.

Однако удовлетворенность собственной внешностью имеет гендерные и половые различия. Так, респонденты первой группы больше внимания обращают на свою внешность, однако девушкам характерен более низкий уровень удовлетворенности по значимым параметрам, чем юношам этой же группы ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=34,7$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ). Девушки, имеющие выраженную андрогинность, чаще не удовлетворены своей внешностью в отличии от мускулиных или феминных участниц. Мускулиные юноши имеют более высокие показатели удовлетворённости своей внешностью ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=11,69$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=6$ , при  $p=0,05$ ), чем андрогинные и тем более феминные.

Существуют достоверные различия между респондентами с разным гендером в рамках одной группы. При этом следует отметить существенность отличий между группами в оценке внешнего облика в целом. Удовлетворённость свои виртуальным образом (аватаром) по всем группам была существенно выше, чем реальным образом.

Исследование конативной составляющей физического Образа Я выявило, что респондентам присущи различные стратегии преобразования собственного тела. Так, респонденты первой группы готовы в реальном пространстве попробовать изменить свое тело. В то время как респонденты второй и третьей групп выбирают либо предположительное действие, либо отказываются от действия вовсе. Исследование возможных причин выбора адаптационных стратегий показало, что респондентам характерны следующие механизмы защиты: для первой группы – отрицание ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=14,7$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), регрессия ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=11,17$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), замещение ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=24,2$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ); для второй группы – вытеснение ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=16,7$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), проекция ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=41,1$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), реактивное образование ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=13,6$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ); в третьей группе – интеллектуализация ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=17,3$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), проекция ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=12,9$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ), замещение ( $\chi_{\text{эмп.}}^2=23,21$ ,  $\chi_{\text{крит.}}^2=9,2$ , при  $p=0,05$ ).

### Обсуждение результатов

Проведенный кластерный анализ позволил выделить группы пользователей, которым соответствуют разные модели поведения:

**1 группа** имеет ситуативную интернет-активность, что выражается в эпизодическом посещении интернет-ресурсов, малой активности в сетях. Общее время проведения в интернет-пространстве не более 1 часа в сутки. В виртуальном пространстве в качестве аватара чаще выбирают собственные фотографии. Респонденты этого типа имеют низкую и среднюю удовлетворённость собственной внешностью, установки, ориентированные на социум, активные адаптационные стратегии, что выражается в увлечении спортом, диетами, контролем за внешностью. И юноши и девушки чаще всего предпочитают ситуативное общение в социальных сетях и поиск информации. В группу входит преимущественно молодежь с фемининной или мускулиной гендерной идентичностью. Механизмы психологической защиты не выражены.

**Во 2 группе** оказались респонденты с ситуативной или высокой интернет-активностью, которая выражается в активном взаимодействии с ИКТ, одновременным открытием нескольких вкладок, частом переключении с одного вида деятельности на другой, преимущественное общение в интернет-пространстве, нахождение в сети

не менее 4-х часов в сутки. В виртуальном пространстве в качестве аватара чаще выбирают собственные фотографии, но смена этих фотографий происходит не чаще 2-х раз в год. Респонденты этого типа имеют высокую удовлетворенность собственной внешностью, сформированное конструктивное отношение к здоровому образу жизни, установки, ориентированные на социум (в одежде, в отношении к себе и своему телу), ситуативные адаптационные стратегии (только по потребности) и такие механизмы психологической защиты как замещение, что выражается чаще всего в агрессивных нападках на других. Респонденты этого типа не воспринимают информацию, которая их тревожит и приводит к конфликту. Кроме того, респондентам указанного типа свойственно обесценивание ожидаемых результатов (не так много я и сделал, все так делают). В группе преобладают респонденты с андрогинной идентичностью. Юноши группы, как правило, увлекаются игровой деятельностью в сети, чаще командными играми. Девушки состоят в нескольких группах, имеют несколько страниц в различных социальных сетях, являются активными участниками групп, рекламирующих анорексию, булимию. В то время как юноши увлекаются просмотром контента групп бодибилдинга, шрамирования.

**3 группа** объединяет респондентов с высоким уровнем интернет-активности, но в отличие от респондентов второй группы, аватары меняют не реже 6 раз в год. Респонденты этого типа имеют низкую и среднюю удовлетворенность собственной внешностью, установки, ориентированные на свои возможности, ситуативные адаптационные стратегии. Свой физический облик девушки стараются привести к аниме, юноши – под героев компьютерных игр. В группе преимущественное количество респондентов выраженную андрогинную идентичность. Респонденты стараются вытеснить неприятную информацию механизмы психологической защиты как вытеснение, проекция, несформированные установки по отношению к здоровому образу жизни.

**В 4 группе** респондентов характерен высокий и чрезмерно высокий уровень интернет-активности. Чрезмерно высокий уровень интернет-активности выражается во времени проведения в сетях – не менее 7 часов в сутки, частом переключении страниц, смене деятельности, наличии нескольких активных страниц. Аватары меняют не реже 8-10 раз в год, выбирая при этом как собственные изображения, так и аниме, картинки. Респонденты этого типа имеют высокую и среднюю удовлетворенность собственной внешностью, но при этом у них сформированы установки обесценивания собственной внешности, ситуативные адаптационные стратегии. В основе отношения к своему физическому Я лежат вновь созданные респондентом социальные ценности. Возможные проблемы с телом, внешностью вытесняются и обесцениваются. Представитель этого типа переносит свой желаемый образ на аватар. Могут проявляться нарушения пищевого поведения. Респонденты имеют выраженную феминную

или мускулинную идентичности. Однако представление о себе как о мужчине или женщине нереалистично. Чаще респонденты этих групп видят себя супергероями или героинями киберигр с фантастическими сюжетами.

**В 5 группу** входят респонденты с чрезмерно высоким уровнем интернет-активности. Респондентам этого типа характерны высокая удовлетворенность собственной внешностью, но как и у четвертого типа сформированы установки обесценивания собственной внешности, несформированные установки по отношению к стилю одежды и здоровому образу жизни, имеют ситуативные адаптационные стратегии в реальном пространстве. Стараются упростить эмоции, заменить их чем-то понятным и найти логическое подтверждение своим действиям. Подавляющее число респондентов группы имеют андрогинную идентичность. Представление о себе как мужчине или женщине нереалистично.

#### Выводы:

1. Эмпирически выявлены достоверные различия удовлетворенностью своей внешностью у молодежи с разной интернет-активностью: респонденты с низкой интернет-активностью (ситуативные) чаще не удовлетворены своей внешностью в отличие от их более интернет-активных товарищей (активных и чрезмерно активных). В тоже время юноши, у которых гендер совпадает с биологическим полом имеют более высокую степень удовлетворенности своим внешним видом, чем девушки при таких же условиях.
2. Для респондентов с низкой интернет-активностью свойственны установки типа предписание-использование, по своей сути отображающие родительский приказ, правило, которому респонденты следуют и в настоящее время.
3. Для респондентов с низкой интернет-активностью самооценка своих данных в реальном пространстве не имеет достоверных отличий (кроме феминных) от образа Я в виртуальном в виртуальном пространстве; для респондентов с высокой и чрезмерно высокой интернет-активностью самооценка своего виртуального образа выше, чем реального. Наибольшее количество респондентов с низкой самооценкой наблюдается при несовпадении биологического и психологического полов.
4. Выявлены когнитивные искажения, характерные для всех групп испытуемых в зависимости от уровня интернет-активности: у респондентов с низкой интернет-активностью – долженствование, свергенерализация, чтение мыслей, мысленный фильтр, дихотомическое мышление, навешивание ярлыков; у респондентов с высокой интернет-активностью отмечены средние показатели по всем шкалам; у респондентов с чрезмерно высокой интернет-активностью преимущественно выявлены

значения выше среднего по шкалам дихотомическое мышление, обесценивание позитивного, катастрофизация, персонализация.

5. Определено, что с возрастанием интернет-активности отношение к собственному телу наблюдаются достоверные различия индивидуально-личностных характеристик личности: самоотношения, самооценки, восприятия собственной внешности в реальном пространстве). При этом аватары ото-

бражают желаемое физическое Я.

6. Доказано, что существуют достоверные гендерные отличия в представлениях о своем физическом Я у интернет-активной молодежи с ситуативной (низкой) интернет-активностью по типам ретроспективных установок, эмоциональному отношению к своему телу. С возрастанием уровня интернет-активности гендерные отличия в представлениях о своем физическом Я сглаживаются.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Абульханова К.А. Проблема соотношения личности, индивидуальности, субъекта // Современная личность: Психологические исследования. – М.: ИП РАН, 2012. – С. 17 – 35.
2. Акчурин Б.Г. Человеческая телесность и социальные аспекты её идентификации: автореферат дис. ... доктора философских наук : 09.00.11 / Б.Г. Акчурин. – Уфа, 2004. – 45 с.
3. Бернс Р. Что такое Я-концепция. // Хр. Психология самосознания / Под ред Д.Я. Райгородского. – Самара: БАХРАХ, 2000. – С. 333–392.
4. Богомолова Е.И. Взаимосвязь личностных характеристик пользователей социальных сетей интернета с особенностями их активности в сети / З.И. Рябикина, Е.И. Богомолова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №05(109).
5. Бугуева Н.А. Телесность человека в социокультурном контексте современности: дис. ... канд. филос. наук: спец. 09.00.11 «Социальная философия» / Бугуева Наталья Александровна. – Челябинск, 2012. – 199 с.
6. Быховская И.М. «Номо somatikos»: аксиология человеческого тела. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 208 с.
7. Головаха Е.И. Жизненная перспектива и ценностные ориентации личности / Е.И. Головаха // Психология личности в трудах отечественных психологов / Сост. Л.В. Куликов. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – С. 256–269.
8. Джилл Х. Развитие эмоционального интеллекта: подсказки, советы, техники / Пер. В. Краснянская. – М.: Альпина, 2018. – 110 с.
9. Ермолова Е.О. Особенности эмоционального интеллекта у лиц с разными типами психологических границ / Профессиональное образование в современном мире. – Новосибирск, 2019. – № 1. – С. 2581–2588.
10. Замещанский И.Г. Телесность как смыслообразующий фактор культуры: автореферат дис. ... кандидата философских наук спец 09 00 11 - Социальная философия / Замещанский Иван Григорьевич. – Екатеринбург, 2007 – 24 с.
11. Лабунская В.А. Психология самовыражения и проблема формирования «Я» личности // Прикладная психология. – М., 1999. – № 5. – С. 53–62.
12. Лаврова О.В. Глубинная топологическая психотерапия: идеи о трансформации. Введение в философскую психологию: Монография / О.В. Лаврова. – СПб: ДНК, 2001. – 424 с.
13. Лучинкина А.И. Психология интернет-социализации / А.И. Лучинкина – Симферополь, Ариал. – 2013. – 324 с.
14. Соколова Е.Т. Я-образ тела // Психология самосознания. Хрестоматия. / Под. ред. Д.Я. Райгородского. – Самара: Издательский Дом «БАХРАХ-М», 2000. – С. 406-422.
15. Тхостов А.Ш. Психология телесности. – М.: Смысл, 2002. – 287 с.
16. Салгалов Е.Д. Психологические особенности проявления жизнестойкости в стратегиях копинг-поведения у студентов / Е.Д. Салгалов // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. – 2016. – № 6. – С. 78-83.
17. Самосват О.И. Динамика ролевой структуры коммуникативного поведения подростков в социальных сетях / О.И. Самосват // Коллекция гуманитарных исследований. – 2017. – № 1 (4). – С. 48-53.

© . Сенченко Владимир Владимирович, Сенченко Наталья Анатольевна (senchenko\_n.a@mail.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»