

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Острозька академія»  
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту  
Кафедра психології

Кваліфікаційна робота  
на здобуття освітнього ступеня магістра  
на тему: «Особливості самосприйняття жінок молодого віку у контексті  
використання соціальних мереж»

Виконала студентка 2 курсу, другого (магістерського) рівня, групи ЗМПс-21  
Напряму підготовки 053 «Психологія»  
Наумович Світлана Вадимівна

Керівник:  
кандидат психологічних наук,  
старший викладач  
Ткачук Ольга Володимирівна

Рецензент:

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
О. МАТЛАСЕВИЧ

Острог - 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ	
САМОСПРИЙНЯТТЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	8
1.1. Проблема самосприйняття .....	8
1.2. Соціальні мережі та їх вплив на особистість .....	15
Висновки до першого розділу .....	20
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ	
САМОСПРИЙНЯТТЯ ЖІНОК МОЛОДОГО ВІКУ В КОНТЕКСТІ	
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	22
2.1. Організація та етапи дослідження .....	22
2.2. Опис групи досліджуваних .....	22
2.3. Характеристика дослідницьких методик .....	23
2.3.1. «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера .....	23
2.3.2. Проективна методика «Автопортрет» Р. Бернса .....	27
2.3.3. Авторський опитувальник .....	29
2.4. Результати емпіричного дослідження особливостей самосприйняття жінок молодого віку в контексті використання соціальних мереж.....	30
2.4.1. Результати опитувальника « Профіль самосприйняття для дорослих».....	30
2.4.2. Результати методики «Автопортрет» Р. Бернса.....	34
2.4.3. Результати авторського опитувальника .....	36
2.4.4.Кореляційний аналіз між методиками.....	42
Висновки до другого розділу .....	43
РОЗДІЛ 3. ТРЕНІНГ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО	
САМОСПРИЙНЯТТЯ.....	
3.1. Опис та характеристика тренінгу .....	47
3.2. Зміст програми .....	48
Висновки до третього розділу.....	66

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	73
ДОДАТКИ .....	80

## ВСТУП

**Постановка проблеми.** Самосприйняття особистості є традиційною проблемою в галузі психології, однак досі зберігає свою актуальність. Самосприйняття, як ключовий компонент Я-концепції, впливає на всі сфери життя людини та визначає успішність особистості. Позитивне самосприйняття закладає успіх в роботі, навчанні, спорті, відносинах, спілкуванні тощо. Те, як особистість сприймає себе є динамічним процесом, який постійно змінюється і залежить від різних обставин, зокрема, від власної поведінки, соціального порівняння та пізнання інших осіб.

Вивченням самосприйняття (англ. «self-perception») в основному займалися західні вчені. Значний внесок зробив американський соціальний психолог та професор Деріл Бем, саме він створив теорію самосприйняття. Згідно його теорії люди не володіють безпосереднім знанням себе, вони приходять до цього знання через спостереження і оцінку власної діяльності, а також через соціальну взаємодію. Також можна виділити таких вчених, як К. Кляйн, К. Белл, які досліджували особливості самосприйняття в соціальній взаємодії.

В англomовній літературі є поняття «Self-concept» (укр. «Я» – концепція), термін який в українському науковому просторі застосовується щодо самосприйняття. Я-концепція має безпосередній зв'язок із досліджуваною темою. Англomовні дослідження «Я» – концепції» поклали фундамент формування теорії самосприйняття. Учені, що досліджували «Я – концепцію», – У. Джеймс (запропонував першу теорію Я-концепції), представники гуманістичної психології: К. Роджерс та А. Маслоу (створили теорію Я-концепції, яка є актуальною і до сьогодні) та інші.

У зв'язку із популярністю соцмереж оточення сучасних людей є значно більшим, отже процес пізнання та зіставлення свого «Я» з іншим «Я» є ширшим. З моменту появи соцмереж їхня популярність постійно зростає, періодично з'являються нові соціальні платформи, а кількість користувачів невпинно

збільшується. Серед молодих людей особливу популярність має соціальна платформа Instagram. У деяких соцмережах, зокрема і в Instagram, переважає візуальний контент, а більшість користувачів редагують свої фото перед публікацією, намагаючись вписуватись в рамки ідеальної картинки, про що я пізніше розповім у цьому дослідженні. Таким чином, існує думка про формування образу ідеальної краси чи ідеального життя жінок в медіа та соцмережах. З одного боку публічна презентація ідеальної жіночої краси слугує важливою соціальною моделлю, джерелом мотивації та натхненням для жінок. Також медіа стали місцем самопрезентації та самовираження, особливо, з появою блогінгу. З іншого боку соціальне порівняння позитивно асоціюється з незадоволенням собою серед молодих жінок. В англomовному середовищі є дослідження, які свідчать про те, що медіа мають негативний вплив на жінок, зокрема, спричиняють дистрес, сприяють депресії та розладам харчової поведінки.

Дана робота спрямована на те, щоб дослідити взаємозв'язок чи його відсутність між соцмережею Instagram, яка була обрана для цього дослідження, та самосприйняттям жінок молодого віку.

**Мета роботи:** дослідити вплив соцмереж на особливості самосприйняття жінок молодого віку.

**Гіпотеза 1.** Самосприйняття жінок молодого віку має взаємозв'язок із використанням соціальних мереж.

**Гіпотеза 2.** Самосприйняття жінок молодого віку не має взаємозв'язку із використанням соціальних мереж.

**Гіпотеза 3.** Використання соціальних мереж має негативний вплив на самосприйняття жінок молодого віку.

Відповідно до вищепоставленої мети у роботі передбачені **завдання:**

1. Здійснити теоретичний аналіз і розкрити сутність проблеми самосприйняття особистості.
2. Обрати та адаптувати психодіагностичний інструментарій для вивчення самосприйняття.

3. Дослідити вплив соціальних мереж на особистість.
4. Провести якісний аналіз для з'ясування особливостей самосприйняття жінок молодого віку та використання соціальних мереж.
5. Створити тренінгову програму для формування позитивного самосприйняття.

**Об'єкт дослідження:** самосприйняття жінок молодого віку.

**Предмет дослідження:** особливості самосприйняття жінок молодого віку у контексті використання соціальних мереж.

У роботі використано такі **методи дослідження:**

- теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та систематизація науково-психологічної літератури з проблеми самосприйняття жінок молодого віку та впливу соціальних мереж на особистість;

- емпіричні: констатувальний експеримент, методики «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера, «Автопортрет» Р. Бернса, авторський опитувальник розроблений для визначення впливу Instagram на самосприйняття жінок та для визначення рівня залученості жінок у користування Instagram;

- статистичні: описові статистики, відсотковий аналіз, кореляційний аналіз здійснювалися за допомогою програми MS Excel.

**Емпірична база дослідження:** інтернет-опитування за допомогою гугл-форми.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що

*уперше* проаналізовано та досліджено вплив соціальної мережі Instagram на особливості самосприйняття у жінок молодого віку; виявлено основні чинники соцмережі, що впливають на самосприйняття жінок; створено психокорекційний тренінг для формування позитивного самосприйняття у жінок;

*уточнено* вже наявні наукові дані щодо самосприйняття та соціального порівняння в мережі;

*вдосконалено* концепцію негативного впливу соцмереж на самосприйняття жінок;

*подальшого розвитку* набуло дослідження проблеми самосприйняття в контексті соціальних мереж; програма та рекомендації щодо підвищення рівня самосприйняття.

**Теоретичне значення** полягає у висвітленні факторів, що впливають на самосприйняття жінок, підбірці психодіагностичних методик для виявлення рівня самосприйняття.

**Практичне значення** полягає у можливості використання результатів дослідження для створення тренінгів, рекомендацій, можуть бути включені в навчальні програми.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків до кожного розділу, загального висновку, списку використаних джерел (60 найменувань, з них 35 іноземними мовами), 3 додатків. Робота містить 6 таблиць, 12 діаграм, 1 рисунок. Повний обсяг роботи становить 90 сторінок, обсяг основного тексту становить 72 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ САМОСПРИЙНЯТТЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

### 1.1. Проблема самосприйняття

Самосприйняття – це процес спостереження та інтерпретації власної поведінки, думок і почуттів, а також використання цих спостережень та інтерпретацій для визначення себе [54]. Вважається, що оскільки ми не можемо знати певні речі про себе достеменно, ми дивимося на власну поведінку, щоб зрозуміти, якими є наші переконання і ставлення [28].

Термін «самосприйняття» в основному розроблявся західними вченими. В українському науковому просторі терміни «самостворення», «самовідношення», «емоційно-ціннісне ставлення до себе», «емоційний компонент самооцінки часто можуть бути використані як синоніми терміну «самосприйняття».

Якщо говорити про англomовну інтерпретацію терміну, точним перекладом самосприйняття є «self-perception», даний термін розглядається у працях таких вчених, як: Д. Бем, С. Беер, Х. Кляйн, К. Белл тощо. Також в англomовній літературі є поняття «Self-concept», або «Я – концепція», термін який уже застосовується в українському науковому просторі щодо самосприйняття. Це поняття також має безпосередній зв'язок із досліджуваною темою. Англomовні дослідження «Я – концепції» поклали фундамент формування теорії самосприйняття. Учені, що досліджували «Я – концепцію», – У. Джеймс, К. Роджерс, А. Маслоу й інші.

Самосприйняття зустрічається також в деяких напрямках таких як, в психоаналіз (як основний процес формування Его за З. Фройдом). Фройд (1955) вважав, що лікування слідує за розумінням. Але, можливо, зміни каталізуються лише в тих випадках, коли освянення ґрунтується на випробуванні пацієнтом якоїсь нової поведінки в результаті терапевтичного досвіду [11]. Самосприйняття як



елемент формування образу «Я» за К. Хорні. Его в психології - елемент формування Его-ідентичності за Е. Еріксоном. В. Франкл підкреслював спрямованість самосприйняття на задоволення потреби «сенсу життя» [16].

Самосприйняття є основою успішної і здорової Я-концепції особистості. Я-концепція — це динамічна система уявлень людини про саму себе, що включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних природних властивостей; самооцінку; суб'єктивне сприйняття, що характеризує вплив на власну особистість зовнішніх факторів. Вона формується під впливом досвіду кожного індивіда. Ця система становить основу вищої саморегуляції людини, на базі якої вона будує свої стосунки з оточуючим її світом [24]. Своєчасно сформована, адекватна, позитивна Я-концепція є одним з головних чинників становлення особистості. В умовах технологічного прогресу необхідно враховувати вплив соціальних мереж на формування образу «Я». Значний вплив зі сторони соцмереж на сприйняття себе відбувається серед жінок молодого віку. Стереотипізація еталонів краси та «споживання» контенту щодо ідеального зовнішнього вигляду роблять досягнення «ідеалу» майже неможливим, що може призвести до спотвореного негативного самосприйняття. Реальне самосприйняття людини (його погляд на самого себе) не завжди збігається з ідеальним уявленням про себе (яким він хотів би себе бачити). Перша говорить про сприйняття реального Я, яке визначається світоглядом людини, його самооцінкою і образом самого себе. Друга - про ідеальне уявлення людини про себе, тобто тому образу, якому людина хотіла б відповідати – ідеальне Я [21].

Американський філософ та психолог, У. Джеймс запровадив одну з перших ідей «Я-концепції», в якій виділяв Глобальне Я (англ. Self), що сполучає в собі Я-усвідомлююче (англ. I) і Я-як об'єкт (англ. Me), яке включає в себе чотири аспекти: духовне Я, матеріальне Я, соціальне Я та фізичне Я. У. Джеймс, в рамках класичної психології, у своїх роботах висвітлював проблему ставлення

особистості до самої себе [8]. Р. Бернс розглядає Я-концепцію як сукупність уявлень людини про себе, сукупність оцінних характеристик та пов'язаних з ними переживань. До структури Я-концепції Р. Бернс включає наступні компоненти: образ «Я» – уявлення індивіда про себе самого; самооцінку – афективну оцінку цього уявлення, яка виявляється у прийнятті або неприйнятті конкретних рис образу «Я»; потенційну поведінкову реакцію, яка викликається образом «Я» і самооцінкою. «Образ Я» або «картина Я» є описовою складовою Я-концепції, а складова, що відображає ставлення до себе, на думку вченого, є самооцінкою або прийняттям себе. Виходячи з цього, «позитивну Я-концепцію можна прирівняти до позитивного ставлення до себе, до самоповаги, прийняття себе, відчуття власної цінності» [3 ; 10].

Сприйняття себе, або самосприйняття, стосується щонайменше двох різних процесів. Перший - це процес сприйняття внутрішнього стану тіла - інтероцепція. Інтероцепція включає сприйняття тілесних станів, таких як голод, біль, втома, нудота і тривога. Інтероцепція також включає більш абстрактні переживання, такі як почуття активності та емоційні стани, такі як радість і страх [30]. Багато в чому інтероцепцію можна розуміти як суб'єктивне переживання самого себе. Тобто, це те, як ви відчуваєте себе на своєму місці. Сприйняття себе може також стосуватися сприйняття того, якою людиною є у світі, або того, якою особистістю бачать інші. Тобто самосприйняття включає сприйняття особистістю своїх здібностей, особистісних рис, поведінки, зовнішності та інших рис характеру [49]. Тоді як інтероцепція значною мірою ґрунтується на внутрішньому досвіді, ця форма самосприйняття формується під впливом поєднання особистого досвіду, культурних і соціальних очікувань та зворотного зв'язку з іншими людьми.

Самосприйняття може мати важливі наслідки для поведінки, емоцій і самопочуття людини. Наприклад, якщо людина має позитивне сприйняття себе,

вона може бути більш впевненою, оптимістичною та самодостатньою. І навпаки, якщо людина має негативне сприйняття себе, вона може відчувати низьку самооцінку, тривогу та депресію.

Сприйняття себе може змінюватися з часом під впливом нового досвіду та зворотного зв'язку з іншими людьми. Наприклад, людина може позитивно сприймати себе в одному аспекті свого життя, наприклад, у роботі чи спортивних здібностях, тоді як в інших сферах, таких як соціальні навички чи зовнішній вигляд, вона може сприймати себе негативно [46].

Самосприйняття має емоційно-афективне забарвлення та пов'язане з:

- 1) мисленням та діяльністю (самосприйняття формується у ситуаціях);
- 2) пам'яттю (формування спогадів про власну поведінку),
- 3) комунікацією та кооперацією (здібності ініціювати співробітництво);
- 4) мотивацією (здатність усвідомити свої недоліки та виправити їх),
- 5) самосвідомістю (від невміння пізнати себе до вміння, як індивідуальна здібність до самозмін, до встановлення меж свого "Я").

Деріл Бем запровадив теорію самосприйняття. Відповідно до неї, люди не володіють безпосереднім знанням себе, своєї поточної мотивації. Вони приходять до цього знання через спостереження і оцінку власної діяльності; крім того, спостерігаючи інших, людина будує припущення про внутрішні стани і мотивації цих людей [28]. Таким чином, самосприйняття слід розглядати як окремий випадок сприйняття людини в ситуаціях міжособистісного спілкування. Якщо хтось, займаючись самоспостереженням, ловить себе на тому, що робить щось, чому немає виправдання, незалежно від таких зовнішніх наслідків, як нагорода, компенсація і т. д., він говорить собі, що робить це заради задоволення або оскільки вважає це важливим. Отже, через брак зовнішніх причин суб'єкт розкриває внутрішні причини своїх дій. При наявності зовнішніх причин він

пояснює свою поведінку ними. У цьому випадку йому навіть не приходять в голову думка, що мотив може критися в ньому самому. За Бемом, при самосприйнятті людина спочатку шукає тільки локалізовані в зовнішній ситуації причини своєї діяльності (пояснення поведінки з другого погляду). Якщо такі є, їх виявляється достатньо для суб'єктивного пояснення своїх дій. Таким чином, Бем приходять приблизно до тих же висновків, що Річард Нісбетт і Стюарт Валінс у своєму дослідженні (1971), про роль власних переконань (внутрішні причини) і достатнього виправдання (зовнішні причини), але на відміну від них він ставить під сумнів безпосередність сприйняття людиною внутрішніх причин своєї діяльності. Бем пише: «Люди зачасту дізнаються про власні установки, емоції та інші внутрішні стани, роблячи висновки зі спостережень за зовнішніми сторонами своєї поведінки і (або) за обставинами. Таким чином, якщо внутрішні ознаки слабо виражені, неоднозначні або їх складно інтерпретувати, індивід у якійсь мірі знаходиться в тому ж положенні, що і зовнішній спостерігач, який у своїх висновках про внутрішні стани суб'єкта змушений покладатися на ті ж зовнішні ознаки ». Бем зауважив, що наше самосприйняття змінюється від одних обставин чи досвіду до інших. Те, як особистість бачить себе, - це аспект, який постійно розвивається. Іншими словами, самосприйняття постійно змінюється - воно підпорядковується примхам того, як людина почувається в той чи інший день, що відбувається навколо, і залежить від соціальної взаємодії. Для людей із нестабільною самооцінкою самосприйняття може варіюватися від позитивного до вкрай негативного [34; 22].

Самосприйняття сильно змінюється залежно від настрою. Коли особистість відчуває себе невпевнено, то і сприймає вона себе більш негативно. Самосприйняття значною мірою ґрунтується на тому, ким ми себе вже вважаємо. Ми також сприймаємо себе так, щоб підтвердити те, що вже існує [57]. Таке упереджене самосприйняття має три форми:

1) Нереалістично позитивне самосприйняття. Сприйняття себе через «рожеві окуляри» допомагає нам зберегти відчуття, що ми хороші люди. Коли наші вчинки виглядають погано, це може бути дуже загрозово, тому ми можемо дуже сильно намагатися сприймати їх через позитивну призму. Існує безліч досліджень, які свідчать про те, що саме з цієї причини ми постійно сприймаємо себе більш позитивно, ніж інших [44].

2) Ілюзії контролю. Ми можемо виправдовувати свої дії, заднім числом приписуючи їм чітку позитивну мету. Ми також можемо ставити собі в заслугу результати, які насправді не залежали від нас.

3) Нереалістичний оптимізм. Ми можемо бути надмірно оптимістичними щодо власних перспектив, тому що визнати протилежне загрожує небезпекою. Наприклад, коли я збираюся подати заявку на престижний дослідницький грант, я можу зосередитися на сильних сторонах моєї професійної підготовки, замість того, щоб подумати про те, що є аспекти мого резюме, які можна було б вдосконалити [42].

Дослідження Кенділ Кляйн «Чому я не схожа на неї? Вплив соціальних медіа на образ жіночого тіла» націлене на дослідження зв'язку між самосприйняттям та використанням соціальних мереж, тому детальний його огляд викладений у підрозділі 1.2. Соціальні мережі та їх вплив на особистість.

Процеси самосприйняття сильно насичені оцінками та іншими афективними процесами. Оціночні реакції є повсюдними, первинними і частково незалежними від доступу до стимулів з описовим значенням. Часто ці реакції також є легкими, несвідомими, дуже швидкими, ненавмисними і швидкими, ненавмисними і автоматично пов'язаними з поведінковими тенденціями. Обробка соціальної інформації, звичайно, дуже гнучка і залежить від поточних цілей сприймача. Тим не менш, оцінка – це повсюдна реакція для більшості людей у багатьох ситуаціях і об'єктах, з якими вони стикаються [60].

Також, в літературі зустрічається термін самоприйняття, як позитивне ставлення до себе, безумовне прийняття себе таким, яким є при збереженій критичності. Друга форма прояву ставлення до себе – самонеприйняття – характеризується базисним негативним ставленням до себе, критикою своїх думок, дій, відчуттям дискомфорту, невпевненості, неприязні своїх якостей і властивостей. Узагальнюючи експериментальні дані, Р. Бернс виділив прояви негативного ставлення до себе: – частотні самокритичні висловлювання (“Я ніколи не зможу зробити”), – негативні очікування в ситуації суперництва (“У мене немає жодних шансів”, “Він краще мене”) – критичне ставлення до успіхів інших (“Йому просто пощастило”) – небажання визнати свою помилку чи вину (“Я не винен”), – схильність підкреслювати недоліки у інших, звертати увагу на чужі помилки. Адекватне чи неадекватне ставлення до себе приводить або до гармонійності духу, забезпечуючи розумну впевненість у собі, або до постійного конфлікту, що інколи доводить людину до невротичного стану. Максимально адекватне ставлення до себе – вищий рівень самооцінки [12].

Одним із дотичних термінів до самосприйняття є самооцінка. Самосприйняття та самооцінка взаємно впливають одне на одного. У певному сенсі, самооцінка - це довготривалий результат або накопичення багатьох самосприйнять, що формувалися протягом тривалого часу. Ці сприйняття є дуже індивідуальними - варіюються від неймовірно позитивного самосприйняття (як при нарцисичному розладі особистості) до неймовірно негативного самосприйняття (як у людей, які перебувають у важкій депресії). Самооцінка охоплює переконання про себе (наприклад, "мене люблять", "я гідний"), а також емоційні стани, такі як тріумф, відчай, гордість і сором. Сміт і Маккі дають таке визначення: "Я-концепція - це те, що ми думаємо про себе; самооцінка - це позитивна чи негативна оцінка себе, а також те, як ми ставимося до себе." [56].

## 1.2. Соціальні мережі та їх вплив на особистість

Соціальна мережа, також суспільна, мережа — соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відбиває різноманітні зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками [19]. Популярність соціальних мереж зростає постійно з моменту їхньої появи у суспільстві. Станом на 2023 рік понад 4,76 мільярди людей використовують соціальні мережі на постійній основі. Соцмережі уже давно не є лише площадкою для віртуального спілкування, а стали місцем самовираження особистості, особливо, з появою блогінгу. На сьогоднішній день однією з найпопулярніших є соціальна мережа Інстаграм. Instagram (укр. Інстаграм) — соціальна мережа, що базується на обміні світлинами, дозволяє користувачам робити світлини, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж [43]. Згідно зі звітом Digital 2020 від Hootsuite, 51% користувачів Instagram — жінки. А загальна аудиторія Інстаграм в Україні станом на 2022 налічує 13,2 млн користувачів (без урахування тимчасово окупованих територій Донецькою та Луганської областей). Найчастіше Instagram користуються люди віком 21-22 років (626,3 тисяч та 617,8 тисяч відповідно), отже переважна більшість користувачі молодого віку [1].

Соціальні медіа-платформи, зокрема, Instagram, пропонує постійний потік ретельно підібраних зображень і повідомлень, що пропагують ідеал. З одного боку публічна презентація ідеальної жіночої краси слугує важливою соціальною моделлю для жінок, може бути джерелом мотивації та гарного прикладу. З іншого боку соціальне порівняння образу тіла асоціюється з незадоволенням власним тілом серед молодих жінок, а отже з негативним самоприйняттям. Instagram має понад 1.28 мільярда активних користувачів на місяць (MAU), серед яких 51% жінок [1]. Багато з користувачів редагують свої фотографії перед тим,

як опублікувати їх. Хоча редагування дозволяє жінкам показати себе з кращого боку, воно також може вплинути на те, як жінки створюють свій ідеальний образ, сприяючи неправильній естетиці та розвиваючи нереалістичні очікування. Більше того, жінки схильні негативно порівнювати свою зовнішність зі своїми однолітками та знаменитостями, а не з родичами під час під час перегляду сторінок у Facebook [45]. Таким чином, образ жінки представлений у соціальних мережах, іноді є шкідливим для жіночої самооцінки та самоприйняття.

Через збільшення доступності соцмереж жінки стали більш схильні відчувати тривогу та незадоволеність своїм тілом. Є велика кількість англійських досліджень, які доводять зв'язок між використанням соціальних мереж та негативним впливом на Я-концепцію.

Згідно з моделлю тристороннього впливу [58], жінки засвоюють нереалістичні ідеали зовнішності, що пропонуються засобами масової інформації, і беруть участь у порівнянні зовнішності, що призводить до незадоволеності власним тілом.

Б. Л. Фредріксон і Т. А. Робертс згідно теорії об'єктивізації пропонують іншу основу для розуміння взаємозв'язку між медійними образами та занепокоєнням щодо образу тіла. Сексуальна об'єктивізація жінок у медіа соціалізує жінок, змушуючи їх розглядати власні тіла як об'єкти, на які можна дивитися й оцінювати за зовнішнім виглядом (так звана самооб'єктивізація) [55]. Незадоволеність тілом і самооб'єктивізація пов'язані з такими негативними наслідками, як порушення харчування, депресія, сексуальна дисфункція та вживання психоактивних речовин [52]. На підтримку цих теорій свідчить значна кількість літературних джерел.

Університет Хайфи у 2011 році виявив зв'язок між високим рівнем використання Facebook і розладами харчової поведінки чи порушеннями харчування. Дослідження проведене професорами Яелем Лацерем, Рутом Кац і



Зохаром Співаком з факультету соціального забезпечення та медичних наук Хайфського університету, мало на меті вивчити вплив двох факторів на розвиток розладів харчової поведінки у молодих дівчат: вплив засобів масової інформації та розширення можливостей для саморозвитку. Результати показали, що чим більше часу дівчата проводять у Facebook, тим більше вони страждають від булімії, анорексії, фізичної незадоволеності, негативної фізичної самооцінки, негативного підходу до харчування та більшого бажання сидіти на дієті для схуднення. Значний вплив модного та музичного контенту в Інтернеті показав подібні тенденції, але проявився в меншій кількості типів розладів харчової поведінки. Таким чином, чим більше впливу модного контенту в Інтернеті, тим вищі шанси на розвиток анорексії у дівчини. Аналогічний прямий зв'язок було виявлено між переглядом телевізійних програм, присвячених пліткам та дозвіллю (на кшталт "Пліткарки"), та розладами харчової поведінки у дівчат-плітків. Дослідження також виявило, що рівень особистого розширення можливостей у цих дівчат негативно пов'язаний з розладами харчової поведінки, тобто чим вищий рівень розширення можливостей, тим більш позитивним є фізичне самосприйняття і тим нижчі шанси на розвиток розладу харчової поведінки [26].

Еллен Е. Фіцсіммонс-Крафт виявила зв'язок між інтерналізацією ідеалу стрункості та негативним сприйняттям себе, показавши, що спостереження за тілом може бути специфічним посередником між ними, надаючи докази на користь теорії об'єктивації. У дослідженні було розглянуто дві соціально-психологічні теорії: теорію соціального порівняння та теорію об'єктивації. Соціальне порівняння (як загальне, так і пов'язане із зовнішністю) і спостереження за тілом (показник об'єктивації) були протестовані як посередники зв'язку між інтерналізацією худорлявого ідеалу і незадоволеністю тілом [35].

Кенділ Кляйн у своєму дослідженні «Чому я не схожа на неї? Вплив соціальних медіа на образ жіночого тіла» (мовою оригіналу «Why Don 't I Look Like Her? The Impact of Social Media on Female Body Image») у 2013 показала, що медіа формують все більш нереалістичний образ жіночої краси, що характеризується худорлявістю. У дослідженні було виявлено, що соціальні мережі мають такий самий вплив на молодих жінок, як і реклама та інші форми масової інформації. Вчена стверджує, що соцмережі, як поєднання реального життя і персоналізованої форми реклами, призводять до ширшого і більш згубного впливу на занепокоєння жінок молодого віку щодо образу тіла, ніж реклама чи засоби масової інформації загалом. Половина студенток коледжів, які були учасницями дослідження, насправді, воліли б потрапити під колеса вантажівки, ніж набрати вагу або вважатися товстими. Через теорію соціального порівняння, Кляйн встановила, що значна частина самооцінки жінки впливає з того, як вона порівнює себе зі своїми ровесницями, а також з жінками, яких вона бачить у засобах масової інформації. Соціальні мережі дозволяють жінкам постійно порівнювати себе з іншими жінками, що є важливим фактором у їхньому самосприйнятті та формування ідентичності. Коли ми користуємося соціальними мережами, набагато важче вирватися з рамок і тиску, які суспільство створює через ідилічну рекламу та захопливі світські хроніки. Справа не лише в тому, що ми можемо бачити цю інформацію весь час. Справа в тому, що ми можемо і заохочуємось коментувати чи ставити вподобайку, таким чином взаємодіяти з контентом. Клацанням миші або подвійним натисканням пальця, ви можете дати людям знати, чи "подобаються" вам їхні фотографії. Тепер ми можемо вести кількісний облік через кількість отриманих "лайків". Ми всі можемо оцінити нашу соціальну популярність [48].

Дослідження Кетрін Белл у 2016 році показало, що жінки в коледжах відчують тиск через невідповідність ідеальним нереалістичним стандартам

краси, встановленим суспільством. Зроблено висновок, що існує кореляція між соціальними мережами та негативним сприйняттям образу тіла, але соціальні мережі не є безпосередньою причиною. Показники негативного образу тіла серед користувачів соціальних мереж були вищими на основі власної інтерналізації повідомлень та зображень. А негативне самосприйняття, що включає в себе незадоволеність тілом є основним фактором, що сприяє виникненню розладів харчової поведінки [27].

Піксі Г. Тернер і Кармен Е. Лефевр провели дослідження у 2017 році, яке показало позитивний зв'язок між використанням Instagram та симптомами нервової орторексії. Нервова орторексія - це розлад харчової поведінки, що пов'язаний з нездоровою одержимістю здоровим харчуванням. В результаті дослідження було виявлено, що більш активне використання Instagram пов'язане з більшою схильністю до нервової орторексії, причому жоден інший канал соціальних мереж не мав такого ефекту. У дослідницькому аналізі Twitter показав невеликий позитивний зв'язок із симптомами орторексії. ІМТ (індекс маси тіла) та вік, в рамках цього дослідження, не мали жодного зв'язку з нервовою орторексією. Поширеність нервової орторексії серед досліджуваної популяції становила 49%, що значно вище, ніж у загальній популяції (<1%). Ці висновки підкреслюють вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя, а також вплив знаменитостей соціальних мереж на сотні тисяч людей [59].

Систематичний огляд наявної літератури про соціальні мережі та негативне самосприйняття, зокрема негативне сприйняття образу тіла, показав, що використання соціальних мереж позитивно корелює із РХП чи невпорядкованим харчуванням [40]. Більше того нещодавні дослідження показали, що саме використання соціальних мереж, зосереджене на зовнішності, впливає на негативне самосприйняття, а не загальний час, проведений у соціальних А значна кількість жінок редагують свої фото перед публікацією в Instagram [32].

Деякі експериментальні дослідження показали, що вплив ідеалізованих образів жінок у соціальних мережах, чи то ідеал худорлявої жінки, чи то ідеал підтягнутої фігури (худорляве і підтягнуте тіло), чи, навіть, пишних ідеалів (худих з великими грудьми та сідницями), призводить до підвищення негативного настрою, незадоволеності тілом та самооб'єктивації у жінок [31].

### **Висновки до першого розділу**

У даному розділі ми провели огляд літератури на проблему самосприйняття та зв'язку негативного самосприйняття із соціальними мережами. Самосприйняття відіграє важливе значення у житті особистості. Від адекватного сприйняття себе залежить загальне задоволення собою. Люди з позитивною Я-концепцією, а отже, з позитивним самосприйняттям, досягають більшого успіху в житті, тому сприйняття себе є важливим компонентом особистості і несе вплив на все її життя. Значний внесок у дослідження самосприйняття (англ. «self-perception») зробив американський соціальний психолог Деріл Бем. Саме він є творцем теорії самосприйняття, згідно якої люди не володіють безпосереднім знанням себе, своєї поточної мотивації. Вони приходять до цього знання через спостереження і оцінку власної діяльності, крім того, спостерігаючи інших, людина будує припущення про внутрішні стани і мотивації цих людей. Таким чином, самосприйняття слід розглядати як окремий випадок сприйняття людини в різних ситуаціях. Сприйняття себе є компонентом, що перебуває весь час в динаміці. Іншими словами, самосприйняття постійно змінюється - воно підпорядковується тому, як людина почувається в той чи інший день, що відбувається навколо, і залежить від соціальної взаємодії. Самосприйняття може варіюватися від позитивного до вкрай негативного.

В умовах технологічного прогресу необхідно враховувати вплив соціальних мереж на формування образу «Я». Підсумовуючи викладену

інформацію в першому розділі стає очевидним, що соціальні мережі мають негативний вплив на самосприйняття жінок. Більшість жінок прагне відповідати ідеалізованим стандартам краси, що приводить до наростаючого невдоволення собою. Є багато досліджень, що показують зв'язок між використанням соцмереж та формуванням негативного самосприйняття, з наслідками у вигляді розвитку РХП, депресії, вживання психоактивних речовин.

Незважаючи на дослідженість теми в англomовному просторі, в нашій країні не вистачає подібних досліджень. Як саме соцмережа Instagram впливає на українських жінок необхідно дослідити, саме це ми розкриємо в наступному розділі роботи.

## **РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ САМОСПРИЙНЯТТЯ ЖІНОК МОЛОДОГО ВІКУ В КОНТЕКСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

### **2.1. Організація та етапи дослідження**

У розділі описано організацію етапів дослідження, обґрунтовано добір діагностичного інструментарію. Представлено результати дослідження впливу соціальної мережі Instagram на самосприйняття жінок.

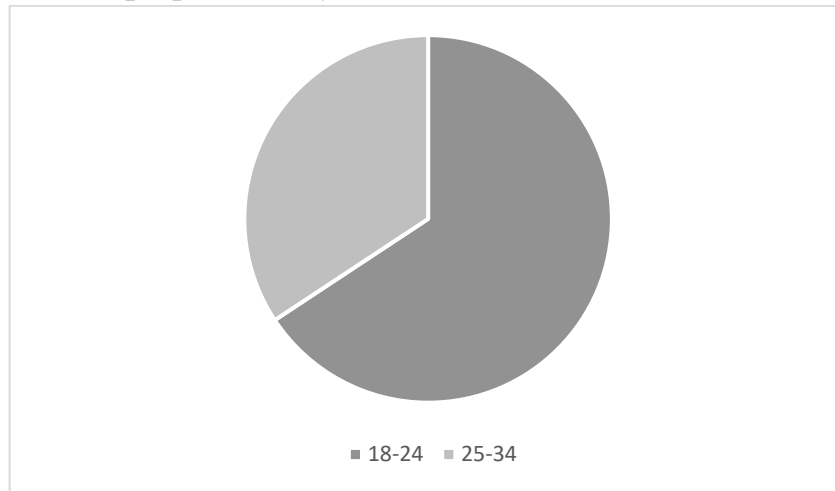
Дослідження складається з наступних етапів:

- попередній: підбір психодіагностичного інструментарію, розробка системи тестів, підготовка матеріалів;
- констатувальний: вивчення самосприйняття жінок молодого віку за допомогою двох методик;
- експериментальний: вивчення дослідження впливу соціальної мережі Instagram на самосприйняття за допомогою спеціально розробленої авторської анкети;
- заключний: аналіз зібраних даних, написання висновків.

### **2.2. Опис групи досліджуваних**

Оголошення про проведення дослідження було зроблене в соціальній мережі Instagram. Прийняти участь могли бажуючі, які відповідали таким критеріям: жіноча стать, молодий вік (згідно з Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», до молоді належать громадяни віком від 14 до 35 років. За критеріями ВООЗ молодий вік – 25-44 роки) [15]. 100 % учасників дослідження є користувачами Instagram. Респондентів було проінформовано щодо конфіденційності представлення їх імен в узагальненому вигляді. В досліджуваних була можливість вказувати своє

справжнє ім'я чи вказувати псевдонім. В дослідженні взяло участь 35 жінок молодого віку. Дані про розподіл учасників за віком наведені в діаграмі 1.



*Діаграма 1. Розподіл учасників дослідження за віком*

### **2.3. Характеристика дослідницьких методик**

Дослідження проводилось в онлайн форматі за допомогою інструментів Google (таблиці та форми), впродовж вересня - жовтня 2023 р. Зв'язок з респондентами здійснювався через месенджер соцмережі Instagram.

Керуючись метою дослідження та його завданнями, ми обрали наступні діагностичні методики для з'ясування особливостей самосприйняття:

- The self-perception profile for adults («Профіль самосприйняття для дорослих» Б. Мессер та С. Хартер). Методика була перекладена нами українською мовою спеціально для цього дослідження.
- Проективна методика «Автопортрет». Р. Бернс.
- Авторський опитувальник на 14 запитань, розроблений для визначення рівня залученості жінок у користування Instagram.

#### **2.3.1. «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера**

Дана методика дозволяє дослідити профіль сприйняття себе в різних сферах та глобальну самооцінку. Повний варіант складається з 50 запитань та 12 підшкал

(кожна з яких містить по 4 запитання, окрім підшкали «Глобальна самооцінка», яка містить 6 питань). Нами була проведена адаптація методики, деякі підшкали були недоцільними до цього дослідження, тому ми вирішили їх виключити. Таким чином, тут досліджувалось сприйняття себе у шести підшкалах та шкала «Глобальна самооцінка» ( повний опитувальник представлений у Додатку А).

Підшкали, які увійшли до дослідження та їх зміст:

- 1) Комунікабельність. Відноситься до поведінки людини в присутності інших. Вимірюється за допомогою пунктів, які вказують на те, що з людиною весело, що вона любить знайомитися з новими людьми, і що вона невимушено спілкується з іншими.
- 2) Професійна компетентність. Зачіпає сприйняття компетентності у своїй основній професії або роботі. Пункти стосуються відчуття продуктивності, компетентності та гордості за свою роботу.
- 3) Спортивні здібності (атлетичність). Відноситься до поняття здібностей, пов'язаних зі спортом. Пункти зачіпають почуття компетентності у спорті, готовність брати участь у нових видах фізичної активності та пробувати їх.
- 4) Зовнішній вигляд. Відноситься до того, як людина виглядає, і зачіпає такі елементи, як відчуття себе привабливою, задоволеність своїм зовнішнім виглядом, задоволеність своїм обличчям і волоссям.
- 5) Близькі стосунки. Передбачає близькі, значущі взаємодії або стосунки зі своїм партнером, коханою людиною та/або особливим другом. Це описано в пунктах як прагнення до близьких, інтимних стосунків і відчуття свободи у відкритому спілкуванні в стосунках.
- 6) Інтелект. Визначається як здатність вчитися і пізнавати. Пункти стосуються відчуття себе розумним та відчуття себе інтелектуально здібним.
- 7) Глобальна самооцінка. Глобальне сприйняття власної цінності, незалежне від будь-якої конкретної сфери компетентності/адекватності. Вона зачіпає



такі елементи, як задоволення від того, як людина веде своє життя, задоволеність собою та задоволеність тим, якою людиною ти є.

Формат запитань. Опитувальник склався із 30 запитань, на кожне з яких є 4 варіанти відповіді (що оцінюються нами згідно методики за 4-бальною шкалою). У даній методиці використовуються структуровані альтернативи, які були розроблені для того, щоб нівелювати тенденцію давати соціально бажані відповіді. Кожне запитання побудоване з двох частин і говорить про те, що частина людей у світі відчуває себе так чи інакше. Формулювання пунктів були збалансовані таким чином, що половина запитань починається з позитивного твердження, інша половина з негативного. Питання з різних сфер розподілені так, щоб 2 пункти з однієї підшкали не були представлені послідовно. Респондент має обрати, який тип людини найбільше схожий на нього. Потім респонденти вказують, наскільки правдивою для них є одна з двох сторін твердження. Можливість відмітити "вірогідно про мене" або "точно про мене" розширює діапазон вибору порівняно з типовим форматом з двома варіантами відповідей, які побудовані з двох частин: позитивне та негативне формулювання. Кожне запитання максимально може бути оцінене в 4 бали, мінімально – в 1 бал. Таким чином, якщо респондент обирає щодо себе негативне формулювання запитання та обирає відповідь «точно про мене» - він отримує 1 бал. І, навпаки, обираючи позитивне формулювання запитання щодо себе та обираючи відповідь «точно про мене», респондент отримує 4 бали. Після проходження тесту кожне питання оцінюється, формуються підшкали, виводиться середня число за кожною шкалою та складається індивідуальний графік самосприйняття (приклад зображений на рис. 1).

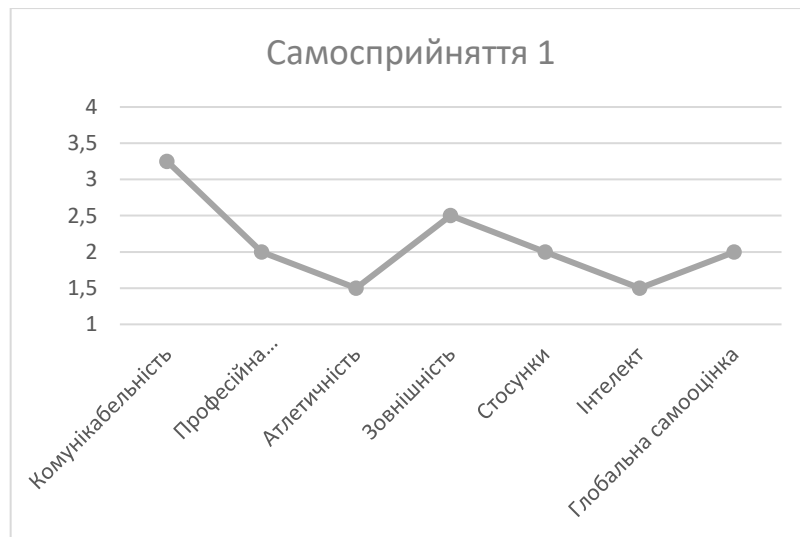


Рис. 1. Індивідуальний графік самосприйняття

Також респондентки визначали пріоритетність для себе підшкал, необхідно було визначити дві найбільш важливі. Згідно з моделлю самооцінки Хартера [51], дослідження розбіжності між сприйняттям людиною своєї компетентності та її рейтингом важливості для кожної конкретної сфери матиме вплив на рівень самооцінки людини. Визнаючи, що дорослі не відчують себе однаково компетентними у всіх сферах і що не всі сфери є однаково важливими ця методика дозволяє визначити показники розбіжностей у важливих сферах. Припускається, що низькі показники компетентності впливають на Я-концепцію лише в тому випадку, якщо людина не відчуває себе компетентним у сферах, які є дуже важливими для неї. Значна увага приділяється відповідності або невідповідності між тим, наскільки критично важливо для людини досягти успіху в тій чи в іншій сфері, і тим, наскільки людина відчуває себе успішною в цій сфері. Саме ця розбіжність визначена як важливий предиктор відчуття загальної самооцінки людини. Джеймс вважав, що тільки успіхи в областях, які вважаються дуже важливими, повинні мати вплив на загальне відчуття цінності чи поваги до себе [8].

Профіль самосприйняття у вигляді опитувальника був створений в гугл-таблиці, кожній респондентці надсилалась індивідуальна форма.

### 2.3.2. Проективна методика «Автопортрет» Р. Бернса

Головною метою даної методики є виявлення індивідуальних компонентів самосприйняття особистості. Зв'язок з респондентками здійснювався онлайн. Респондентка отримувала інструкцію щодо завдання, виконувала малюнок, фото надсилала нам, після відбувалась інтерпретація. Щоб виконати завдання необхідно мати олівець чи ручку, чистий аркуш паперу та намалювати себе.

Важливим є те, яким чином людина буде себе проявляти на малюнку, на що конкретно буде ставити акцент, за якими саме ознаками може зіставити себе з намальованим автопортретом. Автопортрет, як художній прояв та висвітлення всіх своїх потайних сторін, має декілька розмежувань. При аналізі малюнків виокремлюються ознаки зображення, на основі котрих всі малюнки можна об'єднати наступним чином [13-14]:

1. *Естетичне зображення* — виконується людьми, які є творчими та мають художні здібності, виділяються так званою «рукою художника». Плавні переходи, легкі, гнучкі лінії, гарна фактура самого малюнку.
2. *Схематичне зображення* — виконується у вигляді обличчя, бюсту, намальованих в профіль і анфас. Частіше так малюють інтелектуали, люди з переважаючим когнітивним стилем мислення з тенденцією до узагальнення, деталі для них не так важливі, більш важливо загальне бачення речей.
3. *Реалістичне зображення* — такий малюнок відтворюється з гарно промальованими частинами тіла, відображено багато деталей, малюнок чіткий, реалістичні пропорції. Часто так малюють люди з переважаючим когнітивним стилем мислення з тенденцією до деталізації. Також ці люди відрізняються високою педантичністю та схильні до контролю.
4. *Метафоричне зображення* — малюнок себе у вигляді фігури чи предмету, наприклад, тварини, рослини, посудини, літературного персонажу тощо.

Характерно для творчих людей з розвиненою фантазією, почуттям гумору. До речі, в психодіагностиці окремо використовується методика метафоричного автопортрету, в інструкції, обстежуваним так і говорять: «Намалюйте себе у вигляді рослини».

5. *«Автопортрет в інтер'єрі»* — людина зображує себе в оточенні певних предметів, наприклад, на фоні кімнати чи природи. Для такої людини важливий соціум, вона може мати більшу потребу в спілкуванні та турботі. Зображення характерно для осіб, які мають здібність до сюжетного опису, а також направленість на зовнішнє оточення.
6. *Емоційний автопортрет* — людина малює себе в якомусь емоційному стані. Причому, часто емоція, яка відображена на малюнку протилежна тій, яку відчуває людина. Наприклад, людина, що сумує може відобразити себе з посмішкою. Такий малюнок характерний для тих хто сильно рефлексує та має високу емоційність.
7. *Зображення пози або руху* — такий малюнок відтворюється як здійснення певної дії, руху. Характерно для людей, які мають швидкий темп життя, займаються спортом чи танцями.
8. *Зображення автопортрету зі спини* — на малюнку замість обличчя – потилиця. Характерно для бунтівної натури, для тих, хто здатен іти проти правил, експериментувати.

Р. Бернс пропонує трактувати і окремі елементи малюнку, які відображає людина [13-14].

- *Голова.* Велика голова - великі інтелектуальні претензії, або незадоволеність власним інтелектом. Маленька голова - почуття інтелектуальної або соціальної неадекватності.
- *Очі.* Великі очі як прояв стурбованості і гірперчутливості по відношенню до суспільної думки, а також може свідчити про підозрілість. Маленькі або

напівзакриті очі можуть свідчити про тенденцію до інтроверсії та здатність глибоко рефлексувати.

- *Вуха і ніс.* Великі вуха припускають чутливість до критики. Акцент, зміщений на ніс, припускає наявність сексуальних проблем. Підкреслені ніздрі свідчать про схильність до агресії.
- *Зуби.* Трактуються як агресивність, потреба захищатись.
- *Рот.* Акцент на роті припускає примітивні оральні тенденції або можливі проблеми з мовленням. Відсутність рота може свідчити про депресію або проблеми у спілкуванні. Рот клоуна – вимушена дружелюбність.
- *Руки.* Символізують контакт особистості з оточенням, сковані руки припускають негнучку, обов'язкову, замкнену особистість. Руки заховані в кишені, заведені за спину можуть свідчити про почуття провини, невпевненості в собі. Кволі опущені руки припускають неефективність. Слабкі, тонкі руки припускають слабкість (фізичну або психологічну). Довгі, міцні руки можуть свідчити про амбіційність і велике включення в події зовнішнього світу. Дуже короткі руки припускають відсутність амбіційності і почуття неадекватності.
- *Ноги.* Довгі ноги означають потребу в незалежності. Великі ноги означають потребу у безпеці. Малюнок без ніг свідчить про нестабільність і відсутність опори.

### **2.3.3. Авторський опитувальник**

Для з'ясування впливу соцмережі на жінок нами був розроблений спеціальний авторський опитувальник, він містить 14 запитань, на кожне з яких є варіанти вибору (3-4), а також на деякі запитання є можливість обрати відповідь «Інше» та вписати свій варіант. Повний варіант опитувальника розміщений у Додатку Б. Даний тест був створений в гугл-формі, кожна з респонденток

переходила за покликанням та давала свої відповіді. Тест сформований із запитань, що визначають чи впливає Instagram на настрій жінок, чи змінюється їхнє самосприйняття після користування додатком, чи порівнюють вони себе та за якими параметрами чи редагують користувачки свої фото перед публікацією.

## **2.4. Результати емпіричного дослідження особливостей самосприйняття жінок молодого віку в контексті використання соціальних мереж**

### **2.4.1. Результати опитувальника « Профіль самосприйняття для дорослих»**

Оскільки одним із важливих завдань роботи було дослідити особливості самосприйняття жінок, насамперед ми прискіпливо обирали методику. Дана методика виявилась чудовим варіантом, так як дозволила оцінити самосприйняття жінок у різних сферах, глобально самооцінку та розрив у важливих сферах для жінок. Так як методика «The self-perception profile for adults» (Профіль самосприйняття для дорослих, Б. Мессер та С. Хартер) є представлена лише у англomовному варіанті, значна увага була приділена перекладу методики українською мовою. Для цього був задіяний професійний перекладач, який допоміг відтворити зміст і структуру запитань.

Наступний важливим кроком адаптації методики є перевірки її надійності. Це стандартизована процедура, що використовується при перекладі іншомовних методик, якщо такі застосовуються вперше. Оскільки підсумкові шкали складаються з взаємопов'язаних елементів, призначених для оцінки базових змінних, дуже важливо знати, чи дасть той самий набір елементів однакові відповіді на ідентичні запитання, якщо їх переформулювати і повторно поставити тим самим респондентам. Змінні вважаються надійними лише тоді, коли вони забезпечують стійкі та достовірні реакції протягом декількох

повторних тестувань. Для визначення надійності тестування ми обрали метод Альфа Кронбаха - це метод перевірки внутрішньої узгодженості питань між собою [2]. Після проведеного методу було визначено, що показники більшості шкал, є надійними (показник вище 0,5). Шкала «Близькі стосунки» за пробою Альфа Кронбаха має показник - 0,5. (Таблиця 1). Таким чином, ми можемо стверджувати, що дана методика є надійною і її результатам можна довіряти.

<i>Шкала</i>	<i>Проба Альфа Кронбаха</i>
Комунікабельність.	0,81
Професійна компетентність.	0,70
Спортивні здібності (атлетичність).	0,57
Зовнішній вигляд.	0,64
Близькі стосунки.	0,5
Інтелект	0,64
Глобальна самооцінка.	0,62

*Таблиця 1. Показники проби Альфа Кронбаха*

В таблиці 2 наведені результати опитування. Оскільки самосприйняття згідно цієї методики оцінюється за 4-бальною шкалою, ми вирішили поділити рейтинги респондентів наступним чином: низький рейтинг – від 1 до 2,5 балів, високий рейтинг – від 2,5 до 4 балів.

<i>Шкала</i>	<i>Низький рейтинг (кількість респондентів)</i>	<i>Високий рейтинг (кількість респондентів)</i>
Комунікабельність	3	32
Професійна компетентність.	9	26
Спортивні здібності (атлетичність).	16	19
Зовнішній вигляд.	9	26
Стосунки.	11	24

Інтелект	11	24
Глобальна самооцінка.	9	26

Таблиця 2. Результати методики «Профіль самосприйняття для дорослих»

Переважна більшість респондентів, а саме 91% сприймають себе позитивно в шкалі «Комунікабельність» і лише 9% у цій шкалі сприймають себе негативно. В шкалах «Професійна компетентність», «Зовнішній вигляд» та «Глобальна самооцінка» 74 % респондентів сприймають себе позитивно, в той час як 26% - негативно. В шкалі «Спортивні здібності» відповіді респондентів поділились близько до середини, а саме, 54 % респондентів сприймають себе позитивно, а 46 % - негативно. В шкалах «Стосунки» та «Інтелект» є 31 % респондентів, які сприймають себе негативно, в той час як 69% мають позитивне самосприйняття.

Як зазначалося раніше, у даній методиці використовується також шкала важливості тих чи інших сфер для окремого респондента. Нами було запропонувати обрати дві найбільш важливі (таблиця 3).

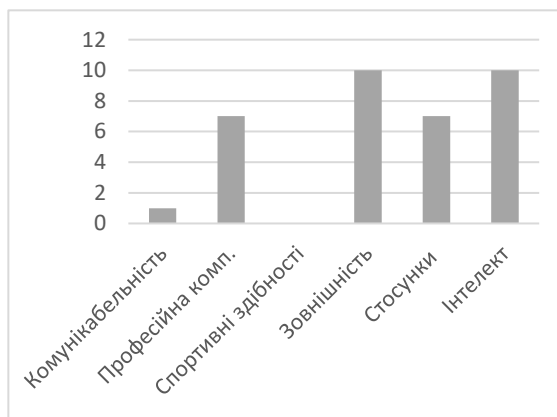
Шкала	Пріоритет 1 (кі-сть респондентів)	Пріоритет 2 (кі-сть респондентів)
Комунікабельність	5	1
Професійна компетентність.	13	7
Спортивні здібності (атлетичність).	1	0
Зовнішній вигляд.	6	10
Стосунки.	9	7
Інтелект	1	10

Таблиця 3. Важливі шкали

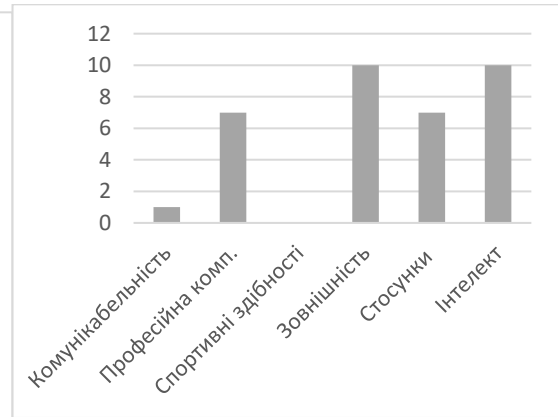
Згідно результатів, бачимо, що більшість респондентів найбільш важливою сферою для себе (Пріоритет 1) визначаються «Професійну компетентність», на 2



місці серед опитуваних – «Стосунки», на 3 – «Зовнішній вигляд» (Діаграма 2). Друга по важливості сфера (Пріоритет 2) для більшості респондентів є «Зовнішній вигляд» та «Інтелект» (Діаграма 3).

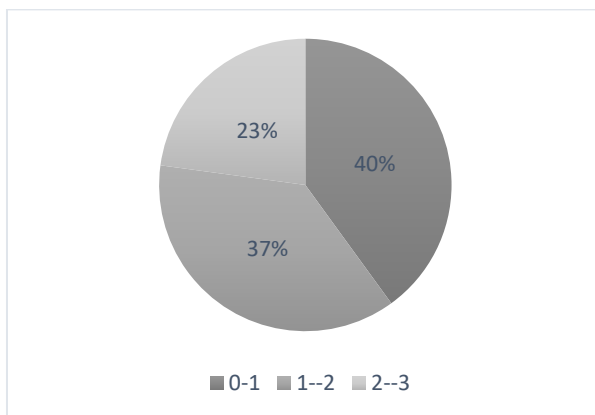


Діаграма 2. Пріоритет 1

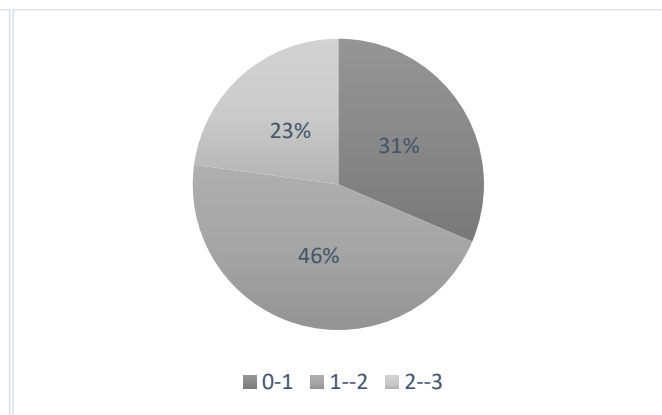


Діаграма 3. Пріоритет 2

Результати розбіжності представлені: для пріоритету 1 в діаграмі 4, для пріоритету 2 в діаграмі 5. Розбіжність від 0 до 1 балу вважається незначимою і передбачається, що така розбіжність не буде нести впливу на загальну самооцінку людини. Розбіжність від 1 до 2 балів вважається середньою і може мати вплив на загальну самооцінку людини. Розбіжність від 2 до 3 балів вважається високою і може мати значний вплив на самооцінку. Для пріоритету 1 є характерними такі дані: кількість респондентів з низькою розбіжністю складає 40 %, із середньою розбіжністю – 37 %, з високою розбіжністю – 23 %. Для пріоритету 2 - кількість респондентів з низькою розбіжністю складає 31%, із середньою розбіжністю – 46 %, з високою розбіжністю – 23 %.



Діаграма 4. Розбіжності до пріоритету 1



Діаграма 5. Розбіжності до пріоритету 2

Згідно з моделлю самооцінки Хартера, який припускав, що розбіжність для важливих сфер має вплив на загальну самооцінку людини, ми вирішили провести кореляційний аналіз між розбіжністю та рівнем загальної самооцінки людини (згідно методики у шкалі «Глобальна самооцінка») і отримали наступні дані – таблиця 4. Кореляційний аналіз проведений в програмному забезпеченні Excel. Коефіцієнт кореляції в даній програмі розраховується від -1 до +1, де кореляція +1 вказує на ідеальну позитивну кореляцію, що означає, що зі збільшенням змінної X змінна Y збільшується, а в той час як змінна X зменшується, змінна Y зменшується. Відповідно коефіцієнт кореляції -1 вказує на ідеальну негативну кореляцію. Зі збільшенням змінної X змінна Y зменшується, а зі зменшенням змінної X змінна Y збільшується [25]. Бачимо, що коефіцієнт кореляції для Пріоритету 1 складає 0,33, для Пріоритету 2 – 0,31, це свідчить про слабопозитивну кореляцію між змінними і про те, що рівень розбіжності у важливих сферах має деякий вплив на загальну самооцінку (таблиця 4).

<i>Важливі сфери</i>	<i>Коефіцієнт кореляції</i>
Пріоритет 1	0,33
Пріоритет 2	0,31

*Таблиця 4. Кореляція між розбіжністю та рівнем загальної самооцінки жінок*

#### **2.4.2. Результати методики «Автопортрет» Р. Бернса**

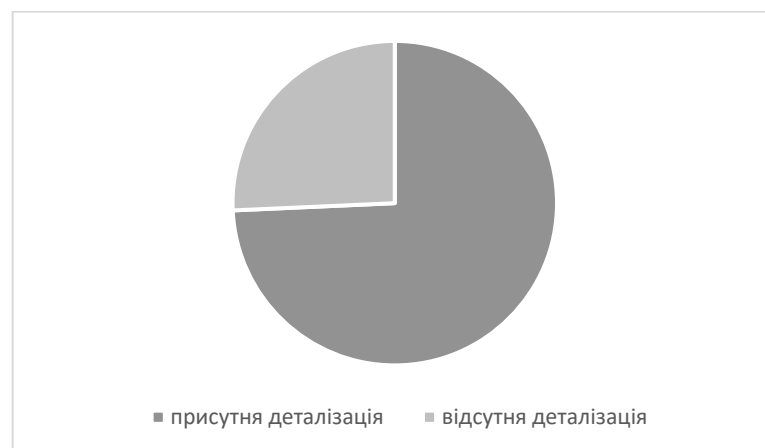
За допомогою цієї методики ми намагалися визначити особливості самосприйняття жінок. Методика дозволяє з'ясувати окремо виражені характеристики людини, який стиль мислення переважає серед респондентів, можна зробити припущення щодо рівня самооцінки та самосприйняття. Результати методики згідно зображення наведені в таблиці 5.

<i>Шкала</i>	<i>Кількість респондентів</i>
Естетичне зображення в повний ріст	3
Естетичне зображення (бюст)	1
Реалістичне зображення в повний ріст	11

Реалістичне зображення (бюст, голова)	9
Схематичне зображення в повний ріст	4
Схематичне зображення (бюст, голова)	4
Сюжетне зображення	2
Метафоричне зображення	1

*Таблиця 5. Результати методики «Автопортрет»*

За результатами стає зрозумілим, що серед респондентів переважають реалістичні зображення в повний ріст та реалістичні зображення бюсту чи голови. Такі малюнки виділяються значною деталізацією. Окрім цього, деталізованими є також всі естетичні та сюжетні зображення. Загальні кількість деталізованих зображень складає 24 малюнки, кількість зображень без деталізації – 9, у відсотковому співвідношенні дані подані в діаграмі 6. Це свідчить про те, що серед респондентів переважають люди, схильні до педантичності, конкретики, аналізу (74%). Деякі люди зобразити «Автопортрет» схематично, одна людина – метафорично, у цих малюнках відсутня достатня деталізація, нечіткі форми, лінії, фігури, що ускладнює процес інтерпретації.

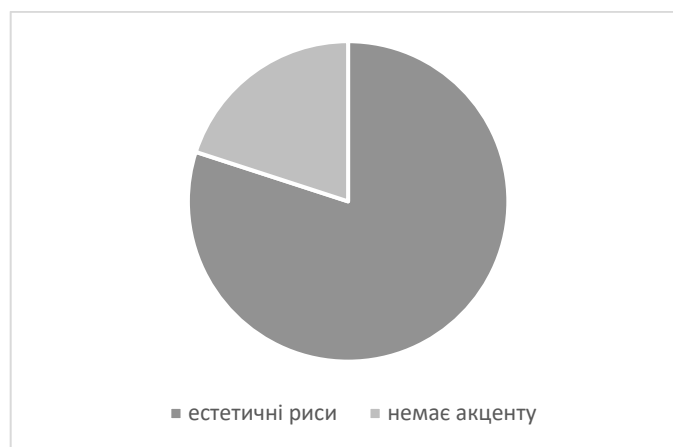


*Діаграма 6. Деталізація на малюнках*

Серед усіх малюнків були відмічені такі, де особа розташована не по центру, а збоку і такі, де особа має надто маленький розмір по відношенню до аркуша – ці елементи можуть свідчити про нестабільну занижену самооцінку. Інтерпретуючи малюнки ми звертали увагу не лише на вигляд зображення та його стиль, а також на деякі значущі деталі, що розкривають певні психологічні стани.

Таким чином, серед респондентів був один малюнок, зображений в темних кольорах, з доволі сильним натиском олівця. Це може свідчити про те, що людина перебуває в пригніченому депресивному настрої. У двох малюнок було виявлено акцент на ніздрях та їх виділення, що може свідчити про агресивність на момент дослідження.

Спільним для багатьох малюнків є гарно промальовані риси обличчя та волосся, особливо очі та вії. Це характерно, навіть, для деяких схематичних малюнків - свідчить про те, що для багатьох жінок важлива ідентифікація себе як жінки та важливий зовнішній вигляд (діаграма 7).

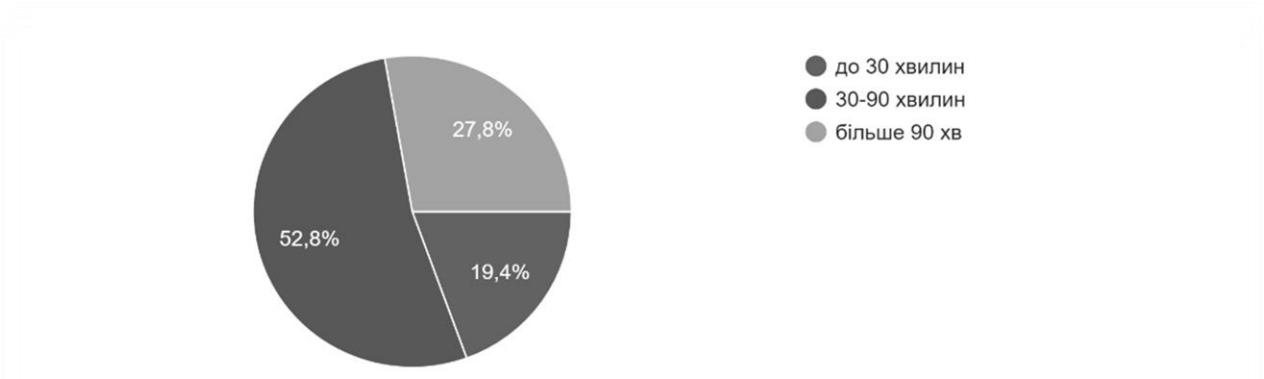


Діаграма 7. Естетичність рис обличчя на малюнках

### 2.4.3. Результати авторського опитувальника

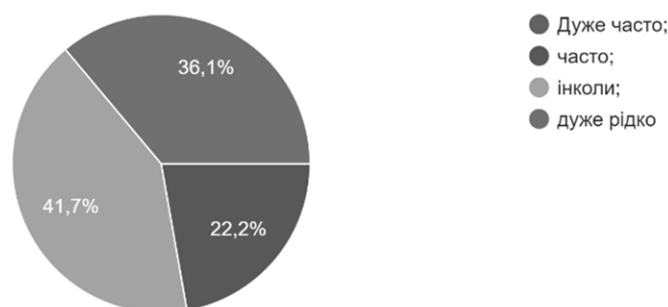
За допомогою авторського опитувальника ми мали на меті з'ясувати чи впливає Instagram на самосприйняття жінок за допомогою питань що стосується соціального порівняння та особливостей користування соцмережею.

Перше, що нас цікавило, чи впливає на самосприйняття кількість часу, який респондентки проводять в соцмережі. Тому ми попросили дати чітку відповідь на питання: « Скільки часу ви витрачаєте на Instagram протягом дня?» (Діаграмі 8). Згідно відповідей бачимо, що більшість, а саме 52,8 % опитуваних витрачають до 90 хвилин на користування застосунком в день. Ми зробили припущення, що час, який жінка проводить в Instagram може негативно впливати на неї, щодо цієї гіпотези пізніше ми наведемо чіткі дані.



Діаграма 8. Час користування Instagram

Наступне питання, яке хочемо продемонструвати пов'язано безпосередньо із самосприйняттям і ось воно: « Чи виникає у вас негативне сприйняття себе після перегляду соцмереж? (наприклад, бажання щось змінити в собі, незадоволеність собою, відчуття, що я недостатньо...)» (Діаграма 9). Згідно результатів бачимо, що 22,2% респондентів часто сприймають себе негативно після перегляду соцмереж, 41,7% респондентів інколи сприймають себе негативно після перегляду соцмереж і 36,1 % відповіли, що дуже рідко сприймають себе негативно. Бачимо, що все ж більшість жінок мають негативне самосприйняття у зв'язку із соцмережами, це свідчить на підтвердження гіпотези 1 та гіпотези 3 цього дослідження і свідчить проти гіпотези 2.

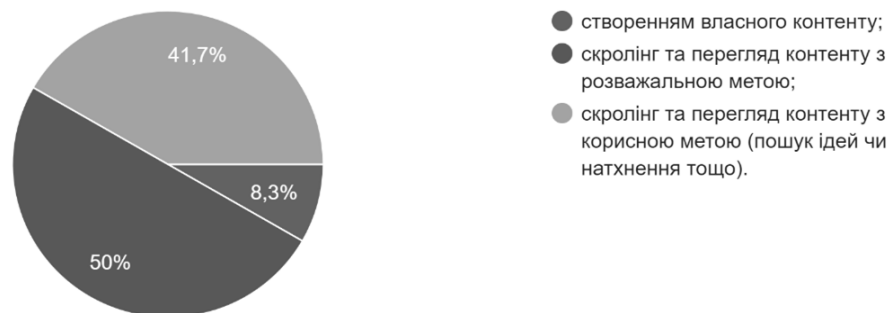


Діаграма 9. Негативне самосприйняття після перегляду соцмереж

Для того, щоб визначити чи є взаємозв'язок між часом користування соцмережею та негативним самосприйняттям було розраховано коефіцієнт кореляції за допомогою програми MS Excel. Коефіцієнт кореляції складає 0,76, що говорить про позитивну кореляцію. Отже робимо висновок, що зі

збільшенням часу користуванням Instagram - збільшується показник негативного самосприйняття.

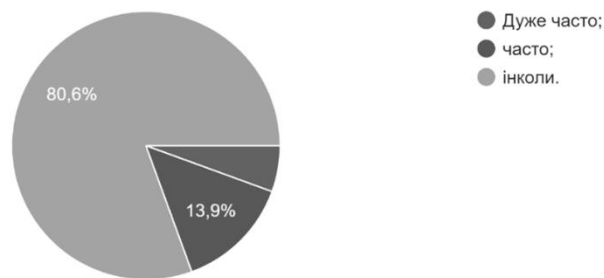
На запитання, з якою метою респонденти проводять час в соцмережі ми отримали такі результати відповідей (Діаграма 10). Більшість використовують Instagram з розважальною метою – 50%. Решта 50 % розподілились наступним чином: 8,3 % займаються створення власного контенту, а 41,7 % використовують соцмережу як джерело натхнення чи ідей. Ми задавали це запитання, оскільки вважаємо, що жінки, які використовують мережу для розваг можуть більше піддаватися її негативному впливу, ніж ті, хто створює власний контент, або ж шукає ідеї чи натхнення. З цією метою ми розрахували коефіцієнт кореляції в програмі MS Excel, який складає - 0,11 – є від’ємним. Це свідчить проти того, що жінки, які використовують мережу з розважальною метою більше піддаються її негативному впливу.



Діаграма 10. Мета користування Instagram

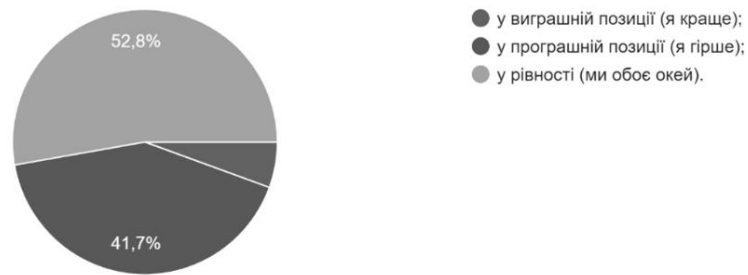
Нас цікавило чи схильні наші респонденти до соціального порівняння і як часто вони до цього вдаються. Соціальне порівняння - це процес, коли люди оцінюють себе за допомогою порівняння з іншими людьми. У медіа-середовищі цей процес може бути посилено. Одна з головних причин полягає у тому, що жінки часто піддаються співставленню свого зовнішнього вигляду, стилю життя та успіхів з іншими жінками, які показують свої ідеальні фотографії та історії життя. У Instagram ідеальний образ з часом став продуктом суспільства, створюючи "фільтр" через який жінки спостерігають одна одну. Жінки можуть порівнювати себе з ідеалізованими фотографіями колег, знайомих чи впливових

осіб. В цих порівняннях може виникати почуття незадоволеності з власного боку, сумнів у своїй зовнішності та успіхах, або навіть складність збереження позитивного відношення до самої себе. Тож ми запитали: «Чи схильні ви порівнювати себе в Інстаграм з іншими?» (Діаграма 11). Лише 5,6 % респондентів відповіли, що дуже часто себе порівнюють, 13,9 % - часто, а переважна більшість 80,6 % вдаються до порівняння інколи.



Діаграма 11. Соціальне порівняння в мережі

Наступне, що ми вирішили з'ясувати, за яким параметром респондентки схильні порівнювати себе, тож саме таким і було питання. Відповіді розділилися наступним чином: 39 % порівнюють себе за параметром «робота, кар'єра», 39 % - за зовнішнім виглядом, 8 % - за матеріальним достатком, 14 % - відповіли, що за всім з переліченого, відповідь «стосунки» не була обрана жодного разу. Отже відмічаємо, що для сучасних жінок на перше місце виходить порівняння себе за зовнішнім виглядом та роботою чи кар'єрою, ці результати збігаються із результатами методики «Профіль самосприйняття для дорослих», де більшість жінок пріоритетом №1 обрали для себе професійну компетентність, а пріоритетом №2 – зовнішній вигляд. Можна зробити висновок, що саме ці сфери є найбільш значущими у житті жінок. Щодо того у якій позиції під час порівняння знаходяться жінки ми зв'язували, що більшість, а саме 52,8 % опитуваних знаходяться у рівності щодо себе та свого «опонента» - для нас цей показник опосередковано свідчить про адекватність самооцінки та позитивне самосприйняття. Натомість 41,7 % відповіли, що знаходяться у «програшній позиції», а ще 5,6% - у «виграшній позиції» (Діаграма 12).



Діаграма 12. Позиція під час соціального порівняння

Можемо припустити, що «програшна» та «виграшна» позиція говорить про неадекватність самооцінки та негативне самосприйняття, адже в одному випадку жінки занижують себе, в іншому завищують, що може виступати як механізм компенсації, загальний відсоток таких відповідей становить 47.3 %. Цей показник також свідчить на підтвердження гіпотези 1 та гіпотези 3 цього дослідження.

На запитання «З ким найбільш часто ви себе порівнюєте?» відповіді були такими:

- лише 13,9 % опитаних схильні порівнювати себе з людьми із близького оточення (рідні та друзі);
- 38.9 % схильні до порівнянь з людьми із далекого оточення (знайомі);
- більшість, 47,2 % порівнюють себе з блогерами та знаменитостями, яких особисто не знають.

Отже, жінки майже не порівнюють себе зі своїми рідними чи друзями, натомість більшість із них вдаються до порівняння зі знаменитостями чи блогерами. Це може мати як позитивний, так і негативний вплив. Адже, вдаючись до порівняння із зіркою можна надихнутися її рівнем заробітку, кар'єрою, зовнішнім виглядом тощо, це може стати джерелом мотивації. Однак з іншого боку це може викликати дистрес, почуття незадоволеності та розчарування в собі. Зважаючи на те, що 22,2 % жінок часто сприймають себе негативно після перегляду Instagram, а 41,7% - інколи, що вже було зазначено раніше, для



більшості соціальне порівняння себе зі знаменитостями та блогерами все ж має негативні наслідки.

Ми вирішили з'ясувати чи редагують свої фото жінки і поставили наступне питання: «Чи редагуєте ви свої фото перед публікацією в Instagram?». Згідно відповідей 69 % користувачок, серед опитаних нами жінок, редагують свої фото перед публікацією, а 31 % відповіли, що не редагують. Причому серед тих, хто редагує свої фото 25 % ретушують шкіру, 11 % - окремі риси (ніс, підборіддя, овал обличчя тощо), 6 % - фігуру. 50 % серед опитуваних зазначили, що редагують фото, адже прагнуть вписатися в ідеали краси Instagram, ще 20 % прагнуть виглядати краще для когось одного. Щодо кількості лайків під фото, переважна більшість обрали, що це для них неважливо – 80 %, решта 20 % вважають для себе значимим кількість лайків. На запитання «Про що для вас свідчать вподобайки?» досліджувані відповіли так:

- мені важливо подобатись іншим – 46 %;
- я красива – 54 %.

Цей факт свідчить про те, що більшості серед опитуваних хочеться виглядати краще, щоб вписуватись в рамки ідеальної картинки в Instagram. Багато жінок зазначили, що кількість вподобайок є для них неважливою, але суперечливим є той факт, що 54 % жінок за лайками розуміють «я красива», а ще 46 % прагнуть подобатись іншим. Ми вирішили провести кореляційний аналіз, щоб з'ясувати чи є взаємозв'язок між редагуванням фото перед публікацією та негативним самосприйняттям. Передбачається, що жінка, яка не редагує фото – сприймає себе такою, яка вона є і навпаки ті, хто редагують фото переважно намагаються вписатися в рамки ідеальної краси. Ми визначили коефіцієнт кореляції і він склав 0,50, що говорить про позитивну кореляцію між цими змінними. Отже, жінки, які редагують фото частіше сприймають себе

негативно після перегляду соцмережі, порівняно з тими, хто не редагує свої фото.

Також ми запитали, як саме взаємодіють з контентом, що їм потрапляє, наші користувачки. І виявили, що 69,4 % просто переглядають те, що їм потрапляє, в той час як 30,6 % активно взаємодіють (вподобайки, коментарі). Нас цікавило чи впливає цей фактор на самосприйняття, тож ми розрахували коефіцієнт кореляції для цих змінних, він склав 0,08 – близький до нуля, що говорить практично про відсутність взаємозв'язку. Тобто самосприйняття в контексті соціальної мережі не залежить від того чи жінка активно взаємодіє з контентом, що їй потрапляє, чи просто переглядає його.

#### **2.4.4. Кореляційний аналіз між методиками**

Вірогідно, якщо людина має позитивне самосприйняття, вона не буде піддаватися негативному впливу соціальних мереж і навпаки негативне сприйняття себе підвищує ризик вразливості в контексті соцмереж. Тож ми вирішили це перевірити та зіставити рівень самосприйняття в окремих шкалах методики «Профіль самосприйняття для дорослих» з деякими показниками авторського опитувальника і порахувати коефіцієнт кореляції в програмі MS Excel, де коефіцієнт +1 означає ідеально позитивно кореляцію, а коефіцієнт -1 – ідеально негативну. Оскільки за опитуванням більшість жінок порівнюють себе в сферах «робота, кар'єра» та «зовнішній вигляд» саме ці рейтинги ми обрали для першої змінної. Друга змінна – відповіді респонденток на питання «Чи виникає у вас негативне сприйняття себе після перегляду соцмереж?» Також ми використали дані зі шкали «Глобальна самооцінка». Результати наведені в таблиці 6.

<i>Шкала</i>	<i>Коефіцієнт кореляції</i>
Професійна компетентність.	0,31

Зовнішній вигляд.	0,47
Самооцінка.	0,55

*Таблиця 6. Кореляція між вихідним рівнем самосприйняття та самосприйняттям в контексті соцмережі*

Маємо позитивні коефіцієнти кореляції, це означає, що зі зростанням негативного сприйняття себе зростає показник негативного самосприйняття в контексті соціальної мережі.

Також ми розрахували залежність частоти порівняння себе в соцмережі від рівня самооцінки за методикою «Профіль самосприйняття для дорослих». Виявили, що коефіцієнт кореляції складає 0,3 – позитивна, але слабка кореляція. Отже, те наскільки часто людина вдається до соціального порівняння в Instagram залежить від рівня самооцінки, але незначимо. А те, в якій позицію людина відчуває себе під час соціального порівняння позитивно корелює з її рівнем самооцінки, тут коефіцієнт маємо 0,4 (кореляція позитивна, але не висока). Можемо говорити, чим вища самооцінка людини, тим менше вона відчуває себе в неадекватній позиції («я гірше», «я краще») і відповідно навпаки.

### **Висновки до другого розділу**

У цьому розділі ми подали етапи, організацію та результати дослідження. Участь прийняли 35 жінок молодого віку, які 100 % є користувачками соціальної мережі Instagram. Кожна з респонденток виконала 3 методики відібрані для дослідження. Зв'язок з респондентами під час усього часу підтримувався онлайн, через соціальну мережу Instagram. В особисті повідомлення їм були надіслані методики та покликання на тести. За результати методик нам стало зрозумілим, яке самосприйняття має кожна з респонденток у різних сферах свого життя, які характерологічні особливості притаманні кожній з жінок та як саме соцмережа впливає на наших учасниць.

За допомогою методики «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера нам вдалося дослідити самосприйняття кожної окремої респондентки комплексно у 6 різних сферах та окремо дослідити рівень самооцінки. Методика була перекладена та адаптована нами до цього дослідження. Так як методика використовувалась вперше, для перевірки її надійності ми виконали стандартизовану процедуру розрахунку проби Альфа Кронбаха. За результатами проби показники згідно усіх шкал отримали показник за пробою 0,5 та вище, що свідчить про те, що результатам методики можна довіряти і вона є надійною. Згідно результатів серед учасників дослідження переважають жінки із позитивним самосприйняттям у більшості сфер, відсоток тих, хто сприймає себе позитивно у різних шкалах коливається від 54 % до 91 %. По шкалі важливості даної методики найбільше респонденток обрали для себе сферу «робота, кар'єра», як пріоритет №1 та «зовнішній вигляд», як пріоритет №2. Бачимо, що для сучасної жінки найбільш важливими є професійна компетентність та зовнішній вигляд.

Методика «Автопортрет» Р. Бернса є надійною та вже давно використовується в українському середовищі серед науковців та психологів-практиків. Дана методика є проєктивною та дозволяє оцінити певні особливості кожної людини. Згідно результатів методики «Автопортрет» Р. Бернса багато жінок детально промальовувати риси обличчя, особливо виділяючи вії та очі – це також може свідчити про важливість гарно виглядати, бути жіночною. Ця інформація повторюється вже в 2 методиках – важливість зовнішнього вигляду. Серед усіх малюнків, що маємо переважають реалістичні зображення в повний ріст чи реалістичні зображення бюсту або голови, загальна кількість таких складає 74 % - це свідчить, що серед наших респонденток переважають люди схильні до педантичності, конкретики, аналізу. Ми відмітили, що більшість

жінок намалювали себе без ніг. Знаємо, що малюнок без ніг може означати відчуття нестабільності в житті, відсутності опори.

Авторський опитувальник покликаний на те, щоб з'ясувати як саме Instagram впливає на жінок і чи є все ж взаємозв'язок між самосприйняттям жінок на користуванням даною соцмережею. Ми виявили важливі дані, що свідчить на підтримку гіпотези №1 та гіпотези №3 цього дослідження і спростовують гіпотезу №2. Можемо підсумувати, що соціальна мережа Instagram має взаємозв'язок із самосприйняттям особистості, а саме несе негативний вплив. За допомогою авторського опитувальника ми виявили, що 36,1 % опитуваних дуже рідко сприймають себе негативно після перегляду соціальної мережі, в той час як 41,7% жінок інколи сприймають себе негативно, а 22,2 % - часто. З'ясували, що 5,6 % жінок дуже часто вдаються до соціального порівняння в мережі, 13,9 % - часто, а 80,6 % - інколи. Причому серед тих хто себе порівнює є 52,8 % опитуваних вважають себе в рівності з «опонентом», в той час 41,7 % знаходяться «в програшній позиції», а ще 5,6 % - «у вигрешній позиції». Отже, умовно половина має адекватну позицію, що може свідчити про позитивно сформовану Я-концепцію та самосприйняття, а умовно інша половина знаходиться в неадекватній позиції (меншовартості чи більшовартості). Більшість жінок схильні порівнювати себе за показником «робота, кар'єра» та «зовнішній вигляд». У методиці «Профіль самосприйняття для дорослих» ми визначили, що саме ці дві шкали є найбільш важливими для жінок, отже вважаємо, що дані достовірні, оскільки збігаються за кількома методиками. Цікавим також є той факт, що більшість, а саме 47,2 % жінок схильні до порівнянь зі знаменитостями чи блогерами, в той час як лише 13,9 % порівнюють себе з людьми із близького оточення (рідні та друзі). Також ми виявили, що 69 % жінок редагують свої фото перед публікацією, а 50 % з них роблять це, щоб «вписатися в ідеали краси Instagram». Виявлена позитивна кореляція між часом, який жінка

проводить в мережі та негативним самосприйняттям, чим більше часу в мережі, тим більша вірогідність негативного самосприйняття. Позитивна кореляція відмічається між рівнем самосприйняття в окремих важливих шкалах та негативним самосприйняттям після користування соцмережею, а саме коефіцієнт 0,31 - для професійної компетентності та 0,47 - для зовнішнього вигляду, 0,55 - для самооцінки. Можемо говорити, що чим нижчий рівень самосприйняття, тим більше жінка піддається негативному впливу соцмережі.

На основі дослідження ми розробили тренінг, спрямований на пізнання себе та формування позитивного самосприйняття.

## РОЗДІЛ 3. ТРЕНІНГ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО САМОСПРИЙНЯТТЯ

### 3.1. Опис та характеристика тренінгу

*Актуальність:* самосприйняття, як центральний компонент Я-концепції впливає на різні сфери життя людини: навчання, робота, спілкування, стосунки, спорт тощо. Самосприйняття визначає наскільки успішною чи неуспішною людина почувається у тій чи іншій сфері.

Негативне самосприйняття часто визначає особистість як неуспішну, така, що не здатна чи не зможе впоратись з чимось. Зачасту люди з негативним сприйняттям себе навіть не намагаються починати нову справу, оскільки вже переконані в її неуспішності. Як ми з'ясували із цього дослідження є жінки, які вразливі щодо соціального порівняння в соцмережі і іноді після користування Instagram сприймають себе негативно, можуть себе занижувати, вважати, що вони недостатньо або ж, навіть, мати бажання щось змінити в собі.

Важливо будувати позитивне сприйняття себе, навчитися виявляти свої сильні та слабкі сторони, орієнтуватися у собі, в своїх бажаннях та цілях і тоді соцмережі не зможуть колихнути цю стійкість та впевненість в собі.

*Цільова аудиторія:* жінки молодого віку.

*Мета тренінгу:* дослідження та позитивне сприйняття себе, гармонізація Я-концепції, формування позитивного ставлення до себе, набуття навичок витримувати зовнішні тригери, формування навичок емоційної та поведінкової регуляції.

*Завдання тренінгу:*

1. Формування знання про самосприйняття та Я-концепцію особистості.
2. Зменшення внутрішньоособистісних конфліктів, внутрішньої напруги та підвищення рівня позитивного самосприйняття. Навчання саморефлексії.

3. Навчання методам емоційної та поведінкової регуляції, способам внутрішнього самоуправління.

*Вид тренінгу:* психокорекційний, навчальний.

*Число учасників:* 10 учасників.

*Форма роботи:* групова.

*Тривалість:* 8 днів по 2 години.

### **3.2. Зміст програми**

#### День 1

*Мета:* висвітлення сутності проблеми самосприйняття, встановлення групового зв'язку серед учасників та тренерів, створення комфортної атмосфери.

Представлення. Тренер представляє себе перед групою, розповідає про структуру та сутність тренінгу, порядок роботи.

Вступна частина (15 хвилин): значний вплив на те, як людина живе своє життя, навчається працює, взаємодії з іншими має такий компонент особистості як самосприйняття. Самосприйняття - це процес спостереження та інтерпретації власної поведінки, думок і почуттів, а також використання цих спостережень та інтерпретацій для визначення себе. Вважається, що оскільки ми не можемо знати певні речі про себе достеменно, ми дивимося на власну поведінку, щоб зрозуміти, якими є наші переконання і ставлення. Процеси самосприйняття сильно насичені оцінками та іншими афективними (емоційними) процесами. Термін самосприйняття часто ототожнюють з терміном «Я-концепція». Самосприйняття є основою успішної і здорової Я-концепції особистості. Я-концепція — це динамічна система уявлень людини про саму себе, вона включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних природних властивостей; самооцінку; суб'єктивне сприйняття. Тут бачимо що самосприйняття є компонентом Я-концепції і не тотожне їй [11; 22; 24].



Деріл Бем запровадив теорію самосприйняття. Відповідно до неї, люди не володіють безпосереднім знанням себе, своєї поточної мотивації. Вони приходять до цього знання через спостереження і оцінку власної діяльності; крім того, спостерігаючи інших, людина будує припущення про внутрішні стани і мотивації цих людей [28]. Таким чином, самосприйняття варто розглядати як окремий випадок сприйняття людини в ситуаціях міжособистісного спілкування. Якщо хтось, займаючись самоспостереженням, ловить себе на тому, що робить щось, чому немає виправдання, незалежно від таких зовнішніх наслідків, як нагорода, компенсація і т. д., він говорить собі, що робить це заради задоволення або оскільки вважає це важливим. Отже, через брак зовнішніх причин суб'єкт розкриває внутрішні причини своїх дій. При наявності зовнішніх причин він пояснює свою поведінку ними. У цьому випадку йому навіть не приходять в голову думка, що мотив може критися в ньому самому. Самосприйняття є динамічним компонентом і постійно змінюється, наприклад, якщо сьогодні ви чудово ворались із робочим завданням, то буде вважати себе гарним працівником, але якщо завтра ви зробите помилку і отримаєте догану від керівництва – тут же ваше самосприйняття матиме негативний окрас.

Обговорення правил тренінгу (15 хвилин).

1. Добровільна участь в обговорення та виконанні вправ тренінгу.
2. Право висловлювати власну думку: немає добрих чи поганих думок, кожен, хто хоче висловитися – має на це право.
3. Виявляйте повагу та увагу один до одного: прохання бути уважним до слів, почуттів інших, вміти слухати та не перебивати один одного.
4. Правило «без оцінок» - не критикувати іншого учасника, якщо він цього не просить.
5. Конфіденційність: не виносити проблеми, переживання за межі цієї групи, особливо забороняється згадувати імена чи інші дані.

6. Пунктуальність. Збираємося до зазначеного часу, без затримок.
7. Правило «стоп» - у разі неприйнятної для когось теми чи особистого досвіду.

Вправа № 1 «Коло знайомств» - 50 хвилин.

Мета: самопрезентація кожного учасника перед групою, вираження індивідуальності кожного учасника.

Учасники збираються в коло і сідають на попередньо підготовлені подушки. Коло являється безпечною психологічною формою і саме собою уже формує почуття комфорту та безпеки. Тренер розповідає про 5 етапів вправи:

- 1) Кожен учасник по черзі робить крок до центру кола;
- 2) Називає своє ім'я чи псевдонім;
- 3) Демонструє рухи чи жести, які виражають його уявлення про себе;
- 4) Після учасник повертається на своє місце;
- 5) Інші учасники відтворюють ім'я, намагаючись повторити інтонацію та дії.

Рефлексія.

Вправа № 2. «Чарівна коробка» - 40 хвилин.

Мета: створення психологічного комфорту в групі, розкриття кожного з учасників.

1. Кожен, по черзі, підходить до коробки, дивиться всередину та говорить одну хорошу річ про людину, чиє фото він бачить всередині, не відкриваючи групі секрету, хто там. В коробці стоїть дзеркало, коли учасник заглядає – він бачить себе, відповідно говорить щось хороше про себе.

2. Наприкінці вправи тренер узагальнює, запевняє, що кожен може розкрити у собі ті хороші риси, які назвав.

3. Обговорення та рефлексія в групі.

День 2

*Мета:* продовжити розкриття теми самосприйняття, висвітлення проблеми впливу соціальних мереж на Я-концепцію особистості, здійснити психодіагностичний етап роботи, створення комфортної групової атмосфери.

Міні-лекція «Самосприйняття особистості та вплив зовнішніх чинників (в т.ч. соціальних мереж)» - 40 хвилин.

Самосприйняття, також відоме як Я-концепція або Я-образ, стосується того, як люди сприймають себе, свої переконання, здібності та загальну ідентичність. У контексті жінок самосприйняття відіграє вирішальну роль у формуванні їхньої впевненості, розширення прав і можливостей та загального добробуту. Ця міні-лекція має на меті дослідити концепцію самосприйняття серед жінок, висвітлити фактори, що впливають на нього, та шляхи сприяння позитивному самосприйняттю та розширенню прав і можливостей.

1) Вплив суспільства на самосприйняття жінок:

- Засоби масової інформації, в тому числі соціальні мережі, та суспільні очікування часто формують самосприйняття жінок. Вузькі стандарти краси та нереалістичне зображення жіночності можуть негативно впливати на те, як жінки сприймають себе.

- Гендерні стереотипи та суспільний тиск можуть призвести до невпевненості в собі, незадоволеності власним тілом та відчуття неадекватності в різних сферах життя.

2) Індивідуальні фактори впливають на самосприйняття:

- Особистий досвід, виховання та культурне середовище впливають на самосприйняття жінок. Ці фактори формують їхні переконання, цінності та уявлення про свої здібності.

- Досягнення та успіх у різних сферах, таких як освіта, кар'єра та особисті стосунки, можуть суттєво впливати на самосприйняття жінок.

3) Розвиток позитивного самосприйняття:

- Практикувати співчуття до себе та турботу про себе: Заохочення жінок ставити на перше місце своє благополуччя та визнавати власну цінність, сприяння самоприйняттю та вихованню позитивного самосприйняття.

- Оскарження суспільних стандартів краси: Наголошувати на важливості прийняття різноманітних типів статури та зовнішності, пропагувати тілесну позитивність та самоприйняття.

- Заохочення особистісного зростання та розвитку навичок: Сприяння розвитку мислення, яке дає жінкам змогу розпізнавати свій потенціал, ставити цілі, безперервно навчатися та самовдосконалюватися.

- Розвиток стосунків, що підтримують: Оточувати себе людьми, які підтримують і підтверджують сильні сторони, сприяють формуванню почуття приналежності та розширення можливостей.

- Святкувати досягнення: Визнання і святкування особистих досягнень, незалежно від їхнього розміру, для підвищення впевненості в собі і зміцнення позитивного самосприйняття.

- Прийняття автентичності: Заохочення жінок до прийняття своїх унікальних якостей і талантів, сприяння самовираженню та впевненості у своїй індивідуальності.

#### 4) Наслідки позитивного самосприйняття:

- Підвищення життєстійкості: Жінки з позитивним самосприйняттям є більш стійкими перед обличчям невдач і викликів, оскільки вони впевнені у своїй здатності долати перешкоди.

- Покращення психічного здоров'я та благополуччя: Позитивне самосприйняття дозволяє жінкам розвивати здорову самооцінку, що призводить до зниження рівня стресу та покращення психічного благополуччя.

- Розширення можливостей та лідерство: Коли жінки вірять у власні можливості, вони з більшою ймовірністю прагнуть до лідерства, беруть активну участь у процесах прийняття рішень, відстоюють свої права та інтереси.

Самосприйняття відіграє значну роль у формуванні життя жінок. Розуміючи суспільні впливи, посилюючи індивідуальні фактори та просуваючи стратегії формування позитивного самосприйняття, жінки можуть розкрити свою внутрішню силу, підвищити впевненість у собі та зробити свій внесок у створення більш інклюзивного та уповноваженого суспільства. Розвиток позитивного самосприйняття - це шлях довжиною в життя, який вимагає саморефлексії, самоприйняття та постійного особистісного зростання.

Психодіагностична методика «Профіль самосприйняття для дорослих. Б. Мессер та С. Хартер» - 30 хвилин. Тест представлений в додатку А. Учасникам роздати покликання на електронний варіант.

Тест «Шкала самооцінки Розенберга» - 15 хвилин. Додаток В.

Авторський опитувальник щодо виявлення впливу соцмереж на особистість - 10 хвилин. Додаток Б.

Обговорення результатів, висновки. 25 хвилин.

### День 3

*Мета:* знайомство із сильними та слабкими сторонами особистості, підвищення самоусвідомлення, підвищення рівня позитивного самосприйняття, зменшення внутрішньоособистих суперечностей.

Міні-лекція: «Прийняття сильних і слабких сторін: Розуміння важливості особистого самоусвідомлення» - 50 хвилин.

Кожна людина має свій унікальний набір сильних і слабких сторін, які формують її особистість, здібності та загальну ідентичність. Розуміння і прийняття цих рис є важливим аспектом особистого самоусвідомлення. Ця міні-лекція має на меті дослідити важливість прийняття як сильних, так і слабких

сторін своєї особистості, а також розуміння того, що мати різні якості та риси - це нормально.

1) Розуміння сильних сторін:

- Кожна людина має певні якості, які визначають її сильні сторони і відрізняють її від інших. Ці якості можуть варіюватися від практичних навичок до емоційного інтелекту, від вродженого таланту до набутих знань.
- Визнання своїх сильних сторін є важливим для розвитку впевненості в собі та самоповаги, що призводить до кращого прийняття рішень, особистісного зростання та відчуття самореалізації.
- Підкреслення сильних сторін також дозволяє людям використовувати свій потенціал для досягнення поставлених цілей, максимізації свого потенціалу та досягнення успіху в різних сферах життя.

2) Розуміння слабких сторін:

- Слабкі сторони – це сфери для зростання або вдосконалення, відносяться до якостей або навичок, які потребують розвитку.
- Важливо визнавати свої слабкі сторони, щоб максимізувати особистісний ріст, розвивати стійкість і вчитися на своїх помилках.
- Замість того, щоб сприймати слабкості як недоліки, люди можуть розглядати їх як можливості для навчання та зростання, що веде до постійного самовдосконалення та саморозвитку.

3) Нормалізація наявності різних якостей

- Мати різні сильні і слабкі сторони - це нормально і природно, оскільки люди є різноманітними і багатогранними.
- Прийняття і прийняття як сильних, так і слабких сторін сприяє здоровому самоусвідомленню і більш точному уявленню про свою особистість, руйнуючи суспільні очікування перфекціонізму.

- Визнання того, що кожна людина має обмеження і сфери, які потребують розвитку, сприяє розумінню та емпатії до інших, що веде до більш позитивних стосунків і спілкування.

Особисте самоусвідомлення - це безперервний процес, який включає в себе розуміння і прийняття свого унікального набору сильних і слабких сторін. Підкреслення сильних сторін, визнання слабких сторін є важливими для формування позитивного самосприйняття та зростання. Відзначення як сильних, так і слабких сторін, зрештою, призводить до кращого саморозуміння і прийняття, що дозволяє людям повністю розкрити свій потенціал, жити автентичним життям і робити свій внесок у суспільство.

Вправа 1. «Базар». Час на виконання – 40 хвилин.

Інструкція: уявіть, що зараз у вас є можливість обмінятися деякими якостями чи рисами характеру. На окремому папері напишіть заголовок «КУПЛЮ» та перерахуйте якості, які хотіли б мати у себе. На інших окремих листочках якості, які віддали б чи обміняли б («ПРОДАМ»).

Після того, як всі учасники виконають умови кожен може підійти та подивитися на таблички інших, обрати, приміряти те, що хотів би собі і обміняти те, що «продає». В ході вправи відбувається обговорення, які плюси та мінуси має кожен «товар».

Вправа 2. «Таємниця мого Імені». Час на виконання – 20 хвилин.

Уявіть, що ваше ім'я – це аббревіатура і кожна з літер означає дещо про вас.

Приклад:

Н - надійна

А - амбітна

Д - дивакувата

І - іскриста

Я – яскрава.

Висновки. Обговорення. 10 хвилин.

- 1) Що важливого було сьогодні?
- 2) Що складного було сьогодні?
- 3) Що сьогодні звідси візьмете із собою?

*День 4*

*Мета:* ознайомитися з поняттям дистресу, навчання навикам саморегуляції, формування позитивного сприйняття себе.

Міні-лекція «Розуміння дистресу та емоційної регуляції: Плекання психічного благополуччя». 50 хвилин.

Дистрес - це стан емоційного або психологічного дискомфорту, який часто характеризується почуттям тривоги, смутку або пригніченості. Емоційна регуляція означає здатність ефективно керувати складними емоціями та реагувати на них [17]. Ця міні-лекція має на меті дослідити поняття дистресу та емоційної регуляції, підкреслити їхню важливість у підтримці психічного благополуччя та запропонувати стратегії для покращення навичок емоційної регуляції.

1) Розуміння дистресу:

- Дистрес може виникати з різних причин, включаючи особисті стресори, травматичний досвід, міжособистісні конфлікти, значні життєві зміни чи зовнішні стресори, наприклад, тригери в соціальних мережах.
- Він може проявлятися через емоційні симптоми (наприклад, тривога, депресія), фізичні симптоми (наприклад, втома, головний біль), когнітивні симптоми (наприклад, побіжні думки, труднощі з концентрацією уваги) та поведінкові симптоми (наприклад, соціальна замкнутість, дратівливість).
- Хронічний або тривалий дистрес може негативно впливати на психічне здоров'я, призводячи до таких станів, як тривожні розлади, депресія або вигорання.



## 2) Значення емоційної регуляції:

- Емоційна регуляція - це здатність розпізнавати, розуміти та ефективно управляти своїми емоціями. Вона включає в себе ідентифікацію емоційних станів та адаптацію емоційних реакцій.
- Ефективна емоційна регуляція має вирішальне значення для загального благополуччя, оскільки допомагає людям справлятися зі стресом, підтримувати здорові стосунки та приймати правильні рішення.
- Люди з добре розвиненими навичками емоційної регуляції, як правило, відчують більшу емоційну рівновагу, підвищену життєстійкість і кращі результати психічного здоров'я.

## 3) Стратегії покращення емоційної регуляції:

- Самосвідомість: Розвиток усвідомлення своїх емоцій, визначення тригерів і розуміння основних причин дистресу.
- Техніки емоційної та поведінкової регуляції.
- Час для достатнього відпочинку та відновлення.
- Турбота про своє фізичне здоров'я, включаючи фізичну активність, харчування, сон тощо.

Вправа 1. Фокусування на позитивному. Техніка «Все добре» - 20 хвилин.

Суть даної техніки полягає у тому, що коли погано необхідно фокусуватися на тому, що є добре прямо зараз (теплий чай, зручний одяг, милі шкарпетки, вазон, що квітне, жовта сонячна стіна і т.д.) . Проговорити собі «Усе добре», тримаючи фокус на позитивному. Попрактикувати техніку в групі.

Вправа 2. Техніка емоційної регуляції STOPP. Навчання та практика - 40 хвилин.

Техніка, яку доцільно використовувати тоді, коли всередині «бушують» емоції.

STOPP:

- ✓ S (stop) – стоп. Зробіть паузу на секунду.
- ✓ T (take a breath) – зроби вдих. Зверніть уваги на своє дихання, як ви вдихаєте, видихаєте.
- ✓ O (observe) – спостерігайте. Які думки зараз у вашій голові? Де знаходиться фокус вашої уваги? На що ви реагуєте? Які відчуття в своєму тілі ви зараз помічаєте?
- ✓ P (pull back) – відступіть назад. Як загалом виглядає картина? Подивіться на ситуація здалека (буквально). Як ще можна подивитися на цю ситуацію? Чи є ваша думка фактом? Що є більш розумним поясненням? Наскільки це важливо? Наскільки це важливо буде через 6 місяців?
- ✓ P (proceed) – дійте. Що краще всього зробити прямо зараз? Що буде кращим для мене, для інших, для ситуації? Що я можу зробити, щоб співзвучати зі своїми цінностями? Зробіть те, що буде найкращим рішенням.

Якщо вдається вивчити тільки один навик для емоційної регуляції, який буде допомагати, тоді це саме він! Наприклад, здатність взяти паузу в момент гніву, допоможе зробити гігантський крок для оволодіння мистецтвом емоційної регуляції.

Вправа на домашнє завдання - 10 хвилин.

Нагадати собі про свою унікальність. Час на виконання: 30-40 хвилин.

Інструкція: візьміть ручку і блокнот та запишіть всі свої сильні сторони, кожну свою особливість, ситуації, які приносили стан піднесення і впевненості, риси характеру, досягнення, успіхи. Напиши про усі свої особливості, починаючи від родимки на тілі чи форми вух. На завершення цієї вправи спробуйте відчувати цей стан, коли так чудово бути саме собою, а не кимось.

### День 5

*Мета:* висвітлення теми соціального порівняння, зокрема, і в соцмережах, формування позиції «Я – ок, Ти -ок», гармонізація Я-концепції особистості.

Міні-лекція «Соціальне порівняння та сценарій «Я – ок, Ти – ок». 40 хвилин.

Соціальне порівняння – це процес, коли ми оцінюємо себе, свої вчинки, здібності та досягнення, порівнюючи їх з іншими людьми. Ми маємо природну потребу оцінювати себе у відношенні до оточуючого світу та інших людей, щоб зрозуміти свої сильні та слабкі сторони. Але важливо пам'ятати, що цей процес може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, соціальне порівняння може надихати нас на свого роду змагання та вдосконалення. З іншого боку, неправильне порівняння з іншими може призводити до незадоволеності, низької самооцінки та стресу. В наш час ми більше піддаємося соціальному порівнянню, оскільки у своїх кишенях та сумках носимо гаджети, з допомогою яких моніторимо життя інших людей. Багато людей сприймають себе негативно після скролінгу Instagram, редагують свої фото, щоб вписати в ідеали краси, а при порівнянні відчують себе в «програшній позиції».

Одним із ключових понять транзактного аналізу (Е. Берн) є найпростіші людські сценарії, згідно яких особистість відносить себе та іншу людину до категорії «+» чи «-». Сьогодні говоримо про позитивний сценарій, в якому «Я + і Ти +». Це означає, що ми вважаємо всіх людей, включаючи себе, цінними та гідними поваги. Така позиція ґрунтується на припущенні, що кожна людина має право на власне розуміння, відчуття та думку, і ми повинні це шанувати. Позиція «Я - Ок, ти – Ок» сприяє підтримці позитивних та конструктивних міжособистісних відносин [29]. Це означає, що ми прагнемо до взаємоповаги, розуміння та співпраці в комунікації з іншими людьми. Замість того, щоб критикувати або осуджувати інших, ми ставимо на перше місце спільність і

пошук рішень, які задовольняють потреби всіх учасників. У практичному застосуванні, позиція "Я - Ок, ти - Ок" рекомендується для будь-яких міжособистісних взаємодій, будь то в сім'ї, на роботі або в інших ситуаціях. Вона сприяє побудові ефективних зв'язків, вирішенню конфліктів та сприяє збереженню гармонії у відносинах з оточуючими. Загалом, позиція "Я - Ок, ти - Ок" втілює ідею взаємоповаги, толерантності та розуміння в міжособистісних стосунках. Вона нагадує нам, що кожна людина унікальна та має свою цінність, і ми повинні це визнавати та поважати.

Вправа 1. Зрозумій іншого - 40 хвилин.

Перегляд коротких фільмів, на яких зображені людини, що мають різні почуття. Рефлексія, обговорення в групі, аналіз.

Вправа 2. Ми – подібні і ми – різні - 40 хвилин.

Інструменти: папір, фарби, олівці.

Інструкція: намалюйте, будь ласка, на кожному аркуші окремо наступні емоції: радість, сум, страх, злість.

Після того, як учасники зробили малюнки тренер збирає їх і перемішує. Після група поступово відкриває малюнки, обговорює, яка емоція намальована і чия вона може бути. Вправа допомагає побачити, що ми, люди схожі між собою у своїх почуттях, але і різні, адже у кожного своє бачення почуттів.

День 6.

*Мета:* самопізнання, розкриття свого Я, розвиток уваги до власних почуттів.

Вправа 1. Вікно Джохарі. 60 хвилин.

Вікно Джохарі є психологічною технікою що допомагає людям пізнати себе та отримати інформацію про те як їх сприймають інші люди ця техніка базується на чотирьох категоріях, які відображають рівень усвідомлення самого себе та рівень відкритості перед іншими людьми [6].

Створіть таблицю з чотирма категоріями: відкрите вікно, сліпе вікно, притаєне вікно та невідоме вікно. У верхньому лівому куті таблиці розташуйте категорію «відкрите вікно», у верхньому правому куті - категорію «сліпе вікно», нижній лівий кут - «притаєне вікно», а нижній правий кут - «невідоме вікно».

1. Складіть список своїх особистих якостей, здібностей, рис характеру, які вважаєте найхарактернішими для себе, зазначте їх в категорії «відкрите вікно». Через які якості мене люблять і приймають оточуючі? Що мені подобається в собі? Які у мене є корисні навички та звички?

2. Складіть список своїх особистих якостей, здібностей, рис характеру, які вважаєте, що є у вас, але здається, що інші люди не приймають вас такими, зазначте їх в категорії «притаєне вікно». Які свої якості, поведінку я приховую від інших людей? Що мені хотілось би змінити в собі?

3. Складіть список своїх особистих якостей, здібностей, рис характеру, які інші люди спостерігають у вас, але ви самі не відчуваєте, що ці якості у вас є - про це зазначте їх в категорії «сліпе вікно». Які поради мені часто дають, але я ігнорую їх? Якими рисами наділені мої близькі друзі, чи є вони у мене?

4. Створіть список рис, якостей, які не властиві вам, про які ви не знаєте, зазначте їх в категорії «невідоме вікно». Який талант або вміння мені хотілось би мати, але я ніколи не намагалась його розвинути? Що за талант чи риси це могли б бути?

Обговорення.

Запропонувати учасникам скласти список рис характеру, які вони спостерігають один в одному, таким чином можна отримати інформацію про те, як їх сприймають нас інші люди.

Вправа 2. Мандала почуттів. 60 хвилин.

Інструменти: підготовлений папір, фарби, олівці.

Інструкція: у кожного з вас є листок, на якому вже зображене коло – тут буде мандала ваших почуттів. Поділіть, будь ласка, коло на 8 чи 10 секторів, залежно від вашого бажання та інтуїції. На першому етапі в одній половині кола відобразіть почуття, які є негативними (забирають вашу енергію), наприклад, образа, тривога чи страх. Одне почуття – один сектор. Для кожного почуття оберіть окремий колір. Що є джерелом кожного почуття? Обговорення. На другому етапі оберіть для кожного почуття його «антидот» і відобразіть навпроти кожного негативного почуття. Оберіть для позитивних почуттів їх кольори. Що є джерелом кожного почуття? Обговорення. Аналіз обраних кольорів.

### День 7

*Мета:* самопізнання, усвідомлення свого психологічного стану, робота з метафорою, пошук ресурсів.

Вправа 1. Мандала «Якби я була квіткою». 60 хвилин.

Інструменти: папір, олівці, фарби.

1 етап. Релаксація та візуалізація себе квіткою. «Заплющіть свої очі, прийміть зручне положення тіла, відчуйте як йому зручно, комфортно. Зробіть глибокий вдих, затримайте на секунду дихання та з видихом нехай з вашого тіла виходить важкість, втома, негатив... Зробіть ще раз вдих і з видихом залишки накопиченого покидають ваше тіло. Навколо вас з'являється приємно тепле світло і в цей момент ви починаєте перетворюватися на квітку. Прекрасну унікальну квітку. Уявіть, якою квіткою ви могли б стати? Як вона виглядає? Скільки у неї пелюсток? Якого вона кольору? Форми? Як вона пахне? Що її оточує? Що дає їй силу? Як вона росте? Адже кожна з нас має різні соціальні ролі, різні риси характеру, ми різні і при цьому індивідуальні. І кожній з нас.. Цій кожній унікальній квітці потрібен свій унікальний простір, щоб квітнути і розквітати. Уявіть цей простір. Який світ навколо цієї квітки, де вона розпускає свої пелюстки і випромінює життя? Чи це сонячне проміння? Чи небесне сяйво?

А може це щось абсолютно унікальне і навіть незвичне для вас зараз виникло у вашій уяві. Дозвольте цьому бути. Подивіться тепер на всю цю картину в цілому. Ви в образі квітки, світ навколо неї, те що його наповнює. Запам'ятайте цей образ. Відчуйте його енергію. Повільно відкрийте ваші очі і довірившись своїм рукам, спробуйте тепер перенести цей образ на малюнок.»

2 етап. Відтворити на папері образ себе-квітки. Намалюйте себе у вигляді тої квітки, яку ви уявили в медитації. Якщо є бажання, можна намалювати кілька образів, кожен на окремому аркуші. Коли роботу буде завершено, проведіть аналіз.

3 етап. Обговорення та рефлексія.

1. Назвіть вашу квітку.
2. Розкажіть, яким світ навколо, щоб ця квітка виросла і розквітла?
3. Як довго росте ця квітка?
4. Як часто вона цвіте?
5. Чи є хтось, хто піклується про цю квітку?
6. Чи подобається цій квітці рости окремо від усіх або їй хочеться бути частиною чогось більшого?
7. Які основні опори, сили є в цієї квітки?
8. Які перепони пододала квітка, щоби вирости?
9. Що вам найбільше подобається в цій квітці?
10. Чи хочеться вам щось додати в малюнок? Якщо так, зробіть це.

Інтерпретація:

1) Ім'я квітки говорить про те, з чим відбулася ідентифікація у людини : частина особистості, почуття, переконання. Якщо ім'я інше – тоді проаналізуйте з ким або яким образом воно асоціюється, що є в цьому образі приємне.

2) Світ навколо – це сприятливі умови та основні потреби, що необхідно та важливо для людини.

3) Вік квітки має абмівалентне трактування. Адже відбувається інтерпретація – про енергетичний вік. Зверніть увагу, як саме трактує людина цей вік: чим старше більше років, тим менше енергії або навпаки це свідчить про мудрість. Якщо квітка замолода чи це говорить про кількість живої енергії чи про дитячість, інфантильність.

4) Турбота про квітку говорить про те, як людина приділяє час собі. Відповідь “я доглядаю” – говорить про самотійну турботу про себе і важливо, щоб цю квітку доглядав саме він. Якщо людина говорить, що доглядає хтось (партнер, його сім'я, люди близького оточення), то це може говорити про наявність співзалежних відносин.

5) Квітка повинна вміти рости самотійно, але важлива також і комунікація із зовнішнім світом.

6) Те, що найбільше подобається — це те, що дає енергію, сильна сторона людини.

7) Деталі, які хочеться додати – це те, чого не вистачає в реальному житті. Про що ці деталі? Зміни в малюнку? Як вони стосуються справжньої ситуації?

Для завершення практики, зробіть підсумки, що стало усвідомленим та підкріпіть це посланням собі.

Вправа 2. Ресурси. 60 хвилин.

Ціль: виявити, що краде енергію у людини та, що дає енергію.

Інструменти: листок паперу, ручка чи олівець.

Етап 1. Намалюйте коло і 6 стрілок (3 з них ідуть в напрямку від кола, 3 – в напрямку до кола).

Етап 2. В центрі напишіть «Я». На кожному із стрілок, що іде від кола напишіть відповідь: «Що відбирає мої сили? Які види діяльності/ ситуації/ емоції є складними для мене?».



На кожну стрілку, що йде в коло напишіть відповідь: «Що додає мені життєвої сили та енергії, позитивних емоцій?».

### День 8

*Мета:* усвідомлення своїх позитивних якостей, підвищення самооцінки, формування позитивного самосприйняття.

Вправа «Я – сонце». 60 хвилин.

На першому етапі роботи необхідно розслабитись, закрити очі. Далі пропонується уявити себе сонцем, від якого відходять промені, здатні обігріти оточуючих і дати тепло самому собі. «А тепер уявіть наче ви – сонце, відчуйте як воно - бути сонцем, яке ви тепле чи гаряче, велике, як ви зігріваєте весь світ і себе. Побудьте деякий час в цьому стані, в стані сонця. А тепер з глибоким видихом відкривайте очі».

На другому етапі дається інструкція: «Візьміть листок паперу, намалюйте на ньому сонце і проміння, кожен з променів означає якусь вашу позитивну рису. Підпишіть кожен промінь. Для закріплення ефекту прочитайте вголос свій список, ще краще прочитати собі перед дзеркалом. Робіть це щодня, нагадуючи собі про свої сильні сторони, про свої якості.»

Рекомендації та обговорення. 40 хвилин.

1. Намагайтеся сприймати себе позитивно, але реалістично. В складних ситуаціях пам'ятайте, що так буде не завжди.
2. Формуйте опори в собі, опирайтеся на свої ресурси.
3. Скоротіть час проведення в Instagram, намагайтеся контролювати це.
4. Приймайте свої емоції та почуття і управляйте ними.
5. Формуйте позицію рівності між людьми – «Я+, Ти+».

6. Нагадуйте собі про свою унікальність, свої сильні сторони та вміння, розвивайте свої слабкі сторони.
  7. Практикуйте самостереження.
  8. Практикуйте техніки емоційної регуляції.
  9. Використовуйте додаткові методи для управління своїми почуттями (арт-терапія, медитація, майндфулнес).
  10. Завжди повертайтеся до себе, коли у вас виникає негативне самосприйняття, запитуйте «Чому я так думаю про себе? Чи хочу я так думати?». Свідомо обирайте свої думки.
- Підсумки. Обговорення. 20 хвилин.

### **Висновки до третього розділу**

У цьому розділі представлена програма тренінгу для формування позитивного самосприйняття у жінок. В межах програми висвітлюються наступні теми: самосприйняття, Я-концепція, самооцінка, соціальне порівняння, дистрес та емоційна регуляція. Програма розрахована на групу жінок, за часом одне заняття плановане на 2 години, кількість занять – 8. Тренінг наповнений теоретичною інформацією та, в більшій мірі, практичними вправами, що спрямовані на пізнання частин свого Я, виявлення своїх слабких та сильних сторін, розкриття своєї особливості та унікальності. Також ми використали психодіагностичні методики, які показують рівень самосприйняття, самооцінки та впливу соціальних мереж на особистість. Пізніше учасники тренінгу можуть самостійно використати дані тести, для того, щоб відстежити свою динаміку. В межах реалізації тренінгу прогнозується, що особистість може краще усвідомити себе, свої почуття, ставлення до інших людей. Вправи, що ми використали допомагають людині сприймати себе позитивно, підвищити рівень самооцінки,

навчають емоційній регуляції, усвідомленню своїх почуттів, розумінню своєї тіньової сторони, допомагають знайти ресурси та опори в собі.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Позитивне самосприйняття є запорукою успіху особистості у багатьох сферах її життя. Самосприйняття - це процес спостереження та інтерпретації власної поведінки, думок і почуттів, а також використання цих спостережень та інтерпретацій для визначення себе. Сприйняття себе є динамічним процесом, постійно змінюється та може коливатися від вкрай негативного до позитивного. Вивченням самосприйняття займаються переважно західні вчені. Теорію самосприйняття запропонував і впровадив соціальний психолог Деріл Бем. Згідно його теорії людина не володіє всією інформацією про себе, а черпає її зі своїх дій, вчинків та зовнішнього середовища. Як медіа впливають на самосприйняття особистості досліджувала К. Кляйн у своїй роботі «Чому я не схожа на неї». В основу роботи покладена теорія соціального порівняння та його розширення, у зв'язку з популяризацією соцмереж зараз майже кожен може дістати телефон та вдатися до порівняння себе з іншими. Також самосприйняття досліджували такі вчені, як: К. Белл, Е. Фріцмонс-Крафт, Дж. Голанд, Р. Робак та інші. Загалом серед досліджень проблематики самосприйняття в контексті соцмереж вчені виявили позитивний взаємозв'язок між використанням соцмереж і негативним самосприйняттям, в тому числі, розвитком депресії, розладами чи порушеннями харчової поведінки, вживанням психоактивних речовин.

В українському науковому просторі добре досліджене поняття Я-концепції і часто терміни «самосприйняття» та «Я-концепція» можуть вживатися як синоніми. Я- концепція – це система думок, уявлень, переконань особистості щодо себе. Першу теорію Я-концепції запропонував У. Джеймс, згідно неї Я поділяється на: Глобальне Я (англ. Self), що сполучає в собі Я-усвідомлююче (англ. I) і Я-як об'єкт (англ. Me), яке включає в себе чотири аспекти: духовне Я, матеріальне Я, соціальне Я та фізичне. Значний внесок у вивчення цієї теми

зробили психологи гуманістичного напрямку, серед них, Роджерс, А. Маслоу. Вони визначаються такі частини «Я»: Я-реальне, Я-ідеальне, Я-дзеркальне. Цю теорію найчастіше використовують і досі. Самосприйняття ж швидше є конструктом Я-концепції і ці поняття не тотожні один одному.

Для цього дослідження ми використали три психодіагностичні методики: «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера, «Автопортрет» Р. Бернса та авторський опитувальник. Результати тестів та статистичний аналіз провели в програмному забезпеченні MS Excel. «The self-perception profile for adults» (Профіль самосприйняття для дорослих, Б. Мессер та С. Хартер) ми переклали та адаптували до цього дослідження. Оскільки методика використовувалась вперше, ми розрахували пробу Альфа Кронбаха для виявлення достовірності тесту, показник проби склав 0,5 і більше для усіх шкал, тож методика є надійною, її результатам можна довіряти. «Автопортрет» Р. Бернса вже давно використовується, в тому числі, і в українському науковому середовищі, методика є надійною. За допомогою «Автопортрету» ми сподівалися виявити особливості кожної жінки, який стиль мислення для неї більш характерний, які акценти є на малюнку, риси характеру. Авторський опитувальник містить 14 запитань, які сформовані таким чином, щоб допомогти з'ясувати як саме Instagram впливає чи ні на самосприйняття жінок.

За результатами тесту «Профіль самосприйняття для дорослих» виявлено, що більшість жінок все ж сприймають себе позитивно, відсоток тих, хто сприймає себе позитивно коливається від 54 % до 91 % для різних шкал, відповідно відсоток тих, хто сприймає себе негативно становить від 9 % до 46% для різних шкал. Найбільший показник негативного самосприйняття виявлено у шкалі «Спортивні здібності. Атлетичність», оскільки ця шкала мало дотична до нашого дослідження ми не надали цьому особливої уваги. Найбільше нас цікавили шкали, які респондентки визначили важливими для себе, таким чином,

шкала «Професійна компетентність» та шкала «Зовнішній вигляд» стали пріоритетними. Для «зовнішнього вигляду» 74% жінок сприймають себе позитивно, а 26% - негативно. Для «професійної компетентності» маємо такі ж показники: 76% - позитивно, 26% - негативно. Ми розрахували розбіжність між ідеальним результатом та реальним для цих сфер. Згідно думки Хартера саме важливі сфери мають найбільше значення, чим вища розбіжність, тим гірше для людини, оскільки це може мати вплив на Я-концепцію особистості та її самооцінку. Ми вирішили перевірити цю ідею і розрахували коефіцієнт кореляції між такими змінними: для 1 змінної результати розбіжності важливої шкали, для 2 змінної результати рівня самооцінки згідно методики. Розрахунок проводився в програмному забезпеченні MS Excel, де коефіцієнт  $+1$  означає ідеально позитивну кореляцію, а коефіцієнт  $-1$  – ідеально негативну. Ми виявили позитивну кореляцію між змінними, коефіцієнт кореляції для шкали «Професійна компетентність» складає 0,33, для шкали «Зовнішній вигляд» – 0,31. Отже, негативне самосприйняття у важливих шкалах має взаємозв'язок із загальною самооцінкою.

За допомогою методики «Автопортрет» Р. Бернса ми з'ясували, що більшість малюнків є досить реалістичними, відсоток таких склав 74 %, що характеризує даних учасниць як таких, що схильні до педантичності, раціоналізації, контролю. Серед малюнків були і досить складні для інтерпретації, коли респондентка відображала себе метафорично чи схематично. Виявлено один малюнок у темних кольорах, із сильним натиском олівця, ця може свідчити про пригнічений депресивний стан жінки на момент проходження дослідження. Багато з учасниць відобразили себе з особливою деталізацією рис обличчя (очі, вії) та волосся, що може свідчити про важливість мати гарний зовнішній вигляд. З цим фактом ми стикаємось вдруге.

Як вже зазначалося раніше, на те, як людина сприймає себе впливають зовнішні обставини та інші люди, особливо процес соціального порівняння. Створюючи свій авторський опитувальник ми намагалися з'ясувати, як саме Instagram впливає чи ні на самосприйняття жінок. В ході дослідження з'ясувалося, що 5,6 % жінок дуже часто порівнюють себе в Instagram, 13,9 % - часто, а 80,6 % - інколи. Здається відсоток не критично великий, однак все ж іноді практично всі себе порівнюють. А серед тих, хто себе порівнює 52,8% опитуваних вважають себе в рівності з «опонентом», 41,7 % знаходяться «в програшній позиції», а 5,6 % - «у вигрешній позиції». Таким чином, майже половина відчуває себе в неадекватній позиції під час порівняння, оскільки «програшна позиція» свідчить про заниження себе, а «виграшна» - про завищення, що може виступати як механізм компенсації. Вражає також і те, що більшість вдаються до порівняння зі знаменитостями та блогерами, яких особисто не знають. А серед параметрів за якими жінки порівнюють себе найбільше голосів отримали «зовнішній вигляд» та «робота, кар'єра». Звідси робимо висновок про важливість цих аспектів у житті сучасних молодих жінок. Наступний факт також свідчить про негативний взаємозв'язок між використанням Instagram та самосприйняттям те, що 69 % жінок редагують свої фото перед публікацією в соцмережі, а 50 % серед тих, хто редагує, роблять це «щоб вписатися в ідеали краси Instagram». В одному із питань ми прямо запитали чи сприймають жінки себе негативно після користування соцмережею та отримали такі результати: 36,1 % опитуваних дуже рідко сприймають себе негативно після перегляду соціальної мережі, 41,7% - інколи, а 22,2 % - часто. Негативне самосприйняття позитивно корелює із часом, який жінка проводить в мережі. Серед жінок, які приділяють менше часу Instagram менша кількість тих, хто сприймає себе негативно і відповідно навпаки.

Проведений аналіз між методиками був спрямований для виявлення того, чи впливає вихідний рівень самосприйняття жінок у важливих для них шкалах згідно методики «Профіль самосприйняття для дорослих» на негативне самосприйняття після користування соцмережею згідно результатів авторського опитувальника. Ми виявили позитивну кореляцію, а саме коефіцієнт 0,31 - для професійної компетентності, 0,47 - для зовнішнього вигляду, 0,55 - для самооцінки. Отже, на те, наскільки негативно жінка сприймає себе в контексті соцмережі впливає її вихідний рівень самосприйняття та самооцінки.

За результатами дослідження робимо висновок на користь підтвердження гіпотези №1 та гіпотези №3 цього дослідження, а саме, самосприйняття жінок молодого віку має взаємозв'язок із використанням соціальних мереж, використання соціальних мереж має негативний вплив на самосприйняття жінок молодого віку. А також спростовуємо гіпотезу №2: самосприйняття жінок молодого віку не має взаємозв'язку із використанням соціальних мереж.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 40+ статистики, фактів і трендів Instagram за 2023 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.websiterating.com/uk/research/instagram-statistics/>
2. Альфа Кронбаха. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Альфа\\_Кронбаха](https://uk.wikipedia.org/wiki/Альфа_Кронбаха).
3. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. / Р.Бернс; пер. с англ. /Общ. ред. В.Я.Пилиповского. - М.: Прогресс, 1986. - 422 с.
4. Булах І. С. Психологія особистісного зростання підлітків: реалії та перспективи. / І.С. Булах: монографія. – Вінниця, ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. – 340. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/35277/Bulakh%20Iryna%20Serhiivna.pdf?sequence=1>.
5. Ван Джун. Типологія самосприйняття особистості молодшого підлітка. Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology, I(6), Issue: 10, Oct. 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/02/Wang-Zheng.-Typology-of-self-perception-of-the-younger-teenager.pdf>
6. Вікно Джохарі: теоретична сторона техніки, застосування отриманих знань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goodhouse.com.ua/poradi/11042-vikno-dzhoxari-teoretichna-storona-texniki-zastosuvannya-otrimanix-znan.html>
7. Гуменюк О. Психологія Я-концепції. Тернопіль. Економічна думка, 2012. 186 с.
8. Джемс У. Психологія / У.Джемс – М.:Педагогіка, 1991. – 368с.
9. Жукотанська В. П. Я-концепція особистості та її суб'єктивно-психологічна структура. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Особистісні та ситуативні детермінанти здоров'я». Київ, 2022. С. 72-74.

10. Колодяжна А.В. Самосвідомість особистості та проблеми її вивчення. *Virtus: Scientific Journal / September #26, 2018*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Journal26-51-54.pdf \(knutd.edu.ua\)](http://Journal26-51-54.pdf(knutd.edu.ua))
11. Кузікова С. Основи психокорекції : навч. посібник. / Світлана Кузікова. / 2-ге видання, перероб. – Київ : ВЦ «Академія», 2021. – 336 с. – (Серія «Альма-матер»). – С.266-322.
12. Кузнецова О. А. Самовідношення, самосприйняття, самопізнання, як передумови морального самовизначення. Наукові праці. Том 50. Випуск 37. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/pedagogika/2006/50-37-7.pdf>
13. Матеріал: Методика «Автопортрет». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vseosvita.ua/library/metodika-avtoportret-skiz-osobistosti-305294.html>.
14. Методика «Автопортрет». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/82704/psihologiya/metodika\\_avtoportret](https://stud.com.ua/82704/psihologiya/metodika_avtoportret).
15. Молодь. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Молодь>.
16. Морозенко В. О. Соціально-психологічні чинники самосприйняття осіб молодого віку. Досягнення сучасної психологічної науки та практики [Текст]: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Вінниця, 26 березня 2020 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. О. В. Бацилевої. Вінниця, 2020. 132 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Соціально-психологічні чинники самосприйняття осіб молодого віку. | Досягнення сучасної психологічної науки та практики (donnu.edu.ua)
17. Сельє Г. Стрес без дистресу / Сельє Ганс - М.: Прогрес, 1979. -123с.
18. Соколова, І. М., Шайхлісламов, З. Р., & Горбенко, В. Ю. (2022). Психологічні особливості самоствавлення в студентів-психологів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія, (4),

- 118-123. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2021.4.23>
19. Соціальна мережа. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Соціальна мережа — Вікіпедія ([wikipedia.org](http://wikipedia.org))
20. Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році - [techukraine.net](http://techukraine.net) ).
21. Тип особистості і самосприйняття. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://um.co.ua/12/12-6/12-60496.html>.
22. Теорія самосприйняття Бема. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [psih.pp.ua/21672\\_теорія\\_самосприйняття\\_бема\\_на\\_підставі\\_варіанту\\_теорії\\_атрибуції\\_пояснює\\_феномени\\_зменшення.html](http://psih.pp.ua/21672_теорія_самосприйняття_бема_на_підставі_варіанту_теорії_атрибуції_пояснює_феномени_зменшення.html)
23. Шкала самооцінки Розенберга. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tikhonova.com.ua/Scale11.pdf>
24. Я-концепція. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Я-концепція — Вікіпедія ([wikipedia.org](http://wikipedia.org))
25. Як розрахувати коефіцієнт кореляції між двома змінними в Excel? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.microsoft.com/uk-ua/office/correl-функція-correl-995dcef7-0c0a-4bed-a3fb-239d7b68ca92>
26. Bates C., Facebook users more prone to developing eating disorders, study finds. ScienceDaily. Retrieved February 21, 2022. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2011/02/110207091754.htm>
27. Bell, Kathryn. (2016). Social Media and Female Body Image. In BSU Honors Program Theses and Projects. Item 173. URL: [https://vc.bridgew.edu/honors\\_proj/173](https://vc.bridgew.edu/honors_proj/173)
28. Bem, D. J. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74(3), 183–200. URL: <https://doi.org/10.1037/h0024835>

29. Berne E. *What Do You Say After You Hello? The Psychology of Human Destiny* / Eric Berne. – London : Penguin Random House, 1996. – p. 93-103.
30. Ceunen E., Johan W. S. Vlaeyen, Ilse Van Diest. On the Origin of Interoception. REVIEW article *Front. Psychol.*, 23 May 2016 Sec. Consciousness Research. Volume 7 – 2016. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00743>
31. Cohen R., #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image Graduate School of Health, University of Technology Sydney, PO Box 123, Sydney, NSW 2007, Australia. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819826530>
32. Cohen R, Newton-John T, Slater A (2018) 'Selfie'-objectification: the role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior* 79: 68–74. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217306003>
33. Correa, Teresa and Amber Willard Hinsely, Homero Gil de Zuniga. "Who Interacts on the Web?: The Intersection of Users' Personality and Social Media Use." *Computers in Human Behavior* 26, 247-254, 2010. URL: <https://pure.psu.edu/en/publications/who-interacts-on-the-web-the-intersection-of-users-personality-an>
34. Daryl Bem. From Wikipedia, the free encyclopedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Daryl\\_Bem](https://en.wikipedia.org/wiki/Daryl_Bem)
35. Fitzsimmons-Craft E., Harney M. B, Koehler L. G., Danzi L. E., Riddell M. K., Bardone A. M. Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body Image*, 9(1), 2012, 43–49/. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144511001343?via%3Dihub>
36. Fitzsimmons, Ellen E, Megan B. Harney, Lisa M. Brownstone, M.K. Higgins, and Anna Klein 120 M. Bardone-Cone. "Examining social physique anxiety and

- disordered eating in college women. The roles of social comparison and body surveillance.” *Appetite* 59, 796-805, 2012.
37. Haferkamp, Nina, and Nicole C. Kramer. “Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites.” *Cyber Psychology and Behavior, and Social Networking* 14.5, 309-315, 2011. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21117976/>
38. Hampton, Keith N., Lauren Sessions Goulet, Cameron Marlow, and Lee Rainie. “Why most Facebook users get more than they give.” *Pew Research Center’s Internet & American Life Project*. 3 February 2012/ URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/02/03/why-most-facebook-users-get-more-than-they-give-2/>
39. Hesse-Biber, Sharlene, Patricia Leavy, Courtney E. Quinn, and Julia Zoino. “The Mass Marketing of Disordered Eating and Eating Disorders: The Social Psychology of Women, thinness and Culture.” *Women Studies International Forum* 29, 208-224, 2006. URL: [https://www.academia.edu/5711296/The\\_mass\\_marketing\\_of\\_disordered\\_eating\\_and\\_Eating\\_Disorders\\_The\\_social\\_psychology\\_of\\_women\\_thinness\\_and\\_culture](https://www.academia.edu/5711296/The_mass_marketing_of_disordered_eating_and_Eating_Disorders_The_social_psychology_of_women_thinness_and_culture)
40. Holland G., Tiggemann M. A., systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 2016, 100–110. URL: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
41. Holstrom, Amanda. "The effects of the Media on Body Image: A meta-Analysis." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 48.2, 196-218, 2004
42. Huntington, Charlie. Self-Perception: Definition, Theory, & Questions. URL: <https://www.berkeleywellbeing.com/self-perception.html>.
43. Instagram. From Wikipedia, the free encyclopedia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>
44. John, O. P., & Robins, R. W. (1994). Accuracy and bias in self-perception: Individual differences in self-enhancement and the role of narcissism. *Journal*

- of Personality and Social Psychology*, 66(1), 206-219.  
URL: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.1.206>
45. Kelly Oakes. The complicated truth about social media and body image. March 2019. BBC Future. URL: <https://www.bbc.com/future/article/20190311-how-social-media-affects-body-image>.
46. Kelsey Schultz. Perception: Definition, Examples, & Types. URL: Perception: Definition, Examples, & Types - The Berkeley Well-Being Institute ([berkeleywellbeing.com](http://berkeleywellbeing.com))
47. Klein, Klein. "That Facebook Lifestyle." *Claremont McKenna College Forum*. 12 September 2013. Accessed on: 30 November 2013. URL: <http://cmcforum.com/opinion/09122013-that-facebook-lifestyle>.
48. Klein, Kendyl M., "Why Don't I Look Like Her? The Impact of Social Media on Female Body Image" (2013). *CMC Senior Theses*. 720. URL: [https://scholarship.claremont.edu/cmc\\_theses/720](https://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/720).
49. Kleinke, C. L. (1978). *Self-perception: The psychology of personal awareness*. W. H. Freeman & Co. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1980-50579-000>
- Lewicki, P. (1983). Self-image bias in person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 384-393.  
URL: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.384>
50. Loiseau E., Nowacka K., Can social media effectively include women's voices. Retrieved February 4, 2022. URL: [https://www.oecd.org/dev/developmentgender/DEV\\_socialmedia-issuespaperMarch2015.pdf](https://www.oecd.org/dev/developmentgender/DEV_socialmedia-issuespaperMarch2015.pdf)
51. Messer, B., & Harter, S. (1986). Manual for the Adult Self-Perception Profile. Denver, CO: University of Denver. URL: [https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjct55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1844380](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjct55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1844380)
52. Moradi B, Huang YP (2008) Objectification theory and psychology of women: a decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly* 32:

- 377–398. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>
53. Perloff, R. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11/12), 363-377. URL: [https://www.researchgate.net/publication/271740741\\_Social\\_Media\\_Effects\\_on\\_Young\\_Women's\\_Body\\_Image\\_Concerns\\_Theoretical\\_Perspectives\\_and\\_an\\_Agenda\\_for\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/271740741_Social_Media_Effects_on_Young_Women's_Body_Image_Concerns_Theoretical_Perspectives_and_an_Agenda_for_Research)
54. Robak R. Self-Definition in Psychotherapy: Is it Time to Revisit Self-Perception Theory? URL: [http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/self-definition\\_in\\_psychotherapy-\\_is\\_it\\_time\\_to\\_revisit\\_self-perception\\_theory.pdf](http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/self-definition_in_psychotherapy-_is_it_time_to_revisit_self-perception_theory.pdf)
55. Roberts T. A., Fredrickson B. L., Objectification theory. *Encyclopedia of Social Psychology*. URL: <https://doi.org/10.4135/9781412956253.n377>
56. Self-esteem. From Wikipedia, the free encyclopedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Self-esteem#cite\\_note-SmithMackie-2](https://en.wikipedia.org/wiki/Self-esteem#cite_note-SmithMackie-2)
57. Taylor B., Shelley E., Brown, Jonathon D. Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, Vol 103(2), Mar 1988, 193-210. URL: <https://psycnet.apa.org/buy/1988-16903-001>
58. Thompson J, Heinberg L, Altabe M, et al. (1999) *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1999-02140-000>
59. Turner P. G., Lefevre C. E., Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(2), 2017, 277– 284. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40519-017-0364-2>
60. Wojciszke B. Morality and competence in person- and self-perception. Pages 155-188 | Published online: 04 Mar 2011. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10463280500229619>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## «Профіль самосприйняття для дорослих» С. Хартера

<p>Нижче наведені твердження, які дозволяють людям описати себе. Тут немає правильних чи неправильних відповідей. оскільки люди помітно відрізняються один від одного. Будь ласка, прочитайте речення повністю. Спочатку вирішіть, яка з двох частин кожного твердження найкраще описує вас; потім перейдіть до тієї частини твердження і перевірте, чи це лише частково чи повністю відповідає дійсності. Для кожного твердження необхідно поставити ОДНУ позначку з чотирьох клітинок.</p>							
	ТОЧНО ПРО МЕНЕ	ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ				ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ	ТОЧНО ПРО МЕНЕ
1.	4	3	Є люди, яким подобається як вони живуть своє життя	АЛЕ	Є люди, яким не подобається те, як вони живуть своє життя	2	1
2.	4	3	Є люди вважають, що з ними приємно проводити час	АЛЕ	Є люди, які часто сумніваються, чи приємно комусь з ними перебувати	2	1
3.	1	2	Є люди, які незадоволені тим, як вони виконують свою роботу	АЛЕ	Є люди, що задоволені тим, як вони виконують свою роботу	3	4



4.	1	2	В іграх та спорті деякі люди зазвичай спостерігають, замість того, щоб грати	АЛЕ	Є люди зазвичай грають, а не спостерігають.	3	4
5.	4	3	Є люди, які задоволені тим, як вони виглядають	АЛЕ	Інші люди не задоволені тим, як вони виглядають	2	1
6.	4	3	Є люди, які щасливі бути собою, такими, які є	АЛЕ	Є люди, які хотіли б бути іншими	2	1
	ТОЧНО ПРО МЕНЕ	ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ				ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ	ТОЧНО ПРО МЕНЕ
7.	4	3	Є люди, які легко будують близькі стосунки	АЛЕ	Є люди, яким складно будувати близькі стосунки	2	1
8.	1	2	Є люди, які відчують себе дурними, коли чогось не розуміють	АЛЕ	Є люди, які не обов'язково почуваються дурними, коли чогось не розуміють	3	4
9.	1	2	Є люди, які почувають себе незручно при знайомстві з іншими	АЛЕ	Є люди, які люблять нові знайомства	3	4
10.	4	3	Є люди, які вважають, що	АЛЕ	Є люди, які хвилюються чи	2	1

			добре справляються зі своєю роботою		добре вони справляються		
11.	1	2	Є люди, які сумніваються чи є вони цінною людиною	АЛЕ	Є люди, що відчувають свою цінність	3	4
12.	4	3	Є люди, які вважають, що досягнуть успіху у будь-якому спорті, навіть, якщо раніше не пробували	АЛЕ	Є люди, які бояться, що не зможуть впоратися з новим спортом	2	1
13	1	2	Є люди, які думають, що вони не дуже привабливі	АЛЕ	Є люди, які вважають себе привабливими	3	4
	ТОЧНО ПРО МЕНЕ	ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ				ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ	ТОЧНО ПРО МЕНЕ
14.	1	2	Є люди, яким важко розвивати близькі стосунки	АЛЕ	Є люди, яким це легко дається	3	4
15.	4	3	Є люди, які вважають себе розумними	АЛЕ	Є люди, які сумніваються чи достатньо вони розумні	2	1
16.	1	2	Є люди, які розчаровані в собі	АЛЕ	Є люди, які цілком задоволені собою	3	4

17.	4	3	Є люди, які легко почувають себе з іншими людьми	АЛЕ	Є люди досить сором'язливі	2	1
18.	1	2	Є люди, які не надто продуктивні у своїй роботі	АЛЕ	Є люди, які дуже продуктивні у своїй роботі	3	4
19.	1	2	Є люди, які вважають, що їм не до спорту	АЛЕ	Є люди, які чудово справляються зі спортом	3	4
20.	4	3	Є люди, яким подобається своя зовнішність, така як є	АЛЕ	Є люди, яким не подобається їхня зовнішність	2	1
21.	1	2	Є люди, що незадоволені собою	АЛЕ	Є люди, які задоволені собою	3	4
22.	4	3	Є люди, які шукають близьких стосунків	АЛЕ	Є люди, які уникають близьких стосунків	2	1
23.	1	2	Є люди, що не відчувають себе інтелектуально здібними	АЛЕ	Є люди, які відчувають себе інтелектуально здібними	3	4
		ТОЧНО ПРО МЕНЕ	ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ			ВІРОГІДНО ПРО МЕНЕ	ТОЧНО ПРО МЕНЕ
24.	1	2	Є люди не дуже товариські	АЛЕ	Є люди товариські	3	4

25.	4	3	Є люди, які пишаються своєю роботою	АЛЕ	Є люди, які не пишаються своєю роботою	2	1
26.	4	3	Є люди, яким подобається бути собою	АЛЕ	Є люди, які хотіли б бути кимось чи якимись іншим	2	1
27.	4	3	Деякі люди вважають себе гарними у плані спорту	АЛЕ	Є люди, які не відчують, що вони можуть грати так само добре	2	1
28.	1	2	Є люди, які незадоволені своїм обличчям чи волоссям	АЛЕ	Є люди, яким подобається їхнє обличчя і волосся, такими як є	3	4
29.	1	2	Є люди, яким складно у близьких стосунках спілкуватися відкрито	АЛЕ	Є люди, яким це легко дається	3	4
30.	4	3	Є люди, які вважають себе такими ж розумними, як і інші	АЛЕ	Є люди, які задаються питанням чи вони такі ж розумні	2	1

## Авторський опитувальник

1. Скільки часу ви витрачаєте на Інстаграм протягом дня? (якщо невпевнені – подивіться екранний час у застосунку)

- ✓ до 30 хв,
- ✓ 30-90 хв,
- ✓ більше 90 хв

2. Чим в основному ви зайняті в Інстаграм?

- ✓ створенням власного контенту
- ✓ скролінг та перегляд контенту з розважальною метою
- ✓ скролінг та перегляд контенту з корисною метою (пошук ідей чи натхнення тощо).

3. Чи активно взаємодієте з контентом, який вам потрапляє?

- ✓ так, лайкаю, коментую
- ✓ ні, просто переглядаю

4. Чи редагуєте ви свої фото перед публікацією?

- ✓ Так
- ✓ Ні

5. З якою метою?

- ✓ Щоб виглядати краще для когось окремо;
- ✓ Щоб вписатися в ідеали краси Інст;
- ✓ Щоб назбирати більше лайків;
- ✓ Інша відповідь.

6. Чи важлива для вас кількість лаків під вашими фото?

- ✓ Так
- ✓ Ні.

7. Про що для вас свідчать лайки?

- ✓ Я красива;
- ✓ Я не гірше, ніж інші
- ✓ Хочу «переграти» когось окремо;

✓ Мені важливо подобатись іншим.

8. Що саме ви редагуєте?

✓ Шкіра

✓ Фігура

✓ Окремі риси (ніс, вуха, губи тощо)

✓ Нічого.

9. Чи схильні ви порівнювати себе в Інстаграм з іншими:

✓ Дуже часто

✓ Часто

✓ Інколи

10. За яким параметром ви схильні себе порівнювати:

✓ Зовнішність

✓ Фінансовий достаток

✓ Робота

✓ Стосунки

✓ Інше (вказіть свій варіант).

11. З ким найбільш часто ви себе порівнюєте?

✓ Люди з мого близького оточення (рідні, друзі)

✓ Люди з далекого оточення (знайомі)

✓ Блогери та знаменитості, яких особисто я не знаю.

12. У своїх порівняннях ви знаходитеся переважно:

✓ У виграшній позиції (я краще)

✓ У програшній позиції (я гірше)

✓ У рівності (ми обоє окей).

13. Чи змінюється ваш настрій після користування Інстаграм:

✓ Так, покращується

✓ Так, погіршується

✓ Не змінюється

14. Чи виникає у вас негативне сприйняття себе після перегляду соцмереж? (наприклад, бажання щось змінити в собі, незадоволеність собою, відчуття, що я недостатньо...).

- ✓ Дуже часто
- ✓ Часто
- ✓ Іноколи
- ✓ Дуже рідко.

## Шкала самооцінки Розенберга

Інструкція: перед вами твердження, які пов'язані із загальним відчуттям щодо себе. До кожного твердження оберіть лише 1 відповідь, яка відповідає вам.

1. Загалом я собою задоволений.
  - Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
2. Часом мені здається, що я не зовсім добрий.
  - Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
3. Я відчуваю, що маю ряд хороших якостей.
  - Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
4. Багато речей я здатний робити не гірше більшості інших людей.
  - Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
5. Мені здається, що мені нема чим пишатися.
  - Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
6. Часом я справді відчуваю себе непотрібним.



- Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
7. Я відчуваю себе гідною людиною.
- Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
8. Я хотів би більше поважати себе.
- Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
9. Загалом, я схильний вважати себе невдахою.
- Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь
10. Я ставлюся до себе позитивно.
- Повністю погоджуюсь
  - Швидше погоджуюсь
  - Швидше не погоджусь
  - Повністю не погоджуюсь.

Інтерпретація: 4-бальна шкала. Відповідь «повністю погоджуюсь» оцінюється в 4 бали, відповідь «швидше погоджуюсь» - 3 бали, відповідь «швидше не погоджуюсь» - 2 бали, «повністю не погоджуюсь» - 1 бал.

Бали підраховуються та сумуються:

- 35-40 балів - надмірно високий рівень;

- 30-34 бали - високий, адекватний рівень;
- 21-29 балів - середній рівень;
- 20-16 балів - низький рівень, схильність до самоприниження;
- 15-10 балів - вкрай низький рівень, виражене самоприниження.